



SÉNAT

La nécessaire collaboration entre l'autorité fédérale et les Communautés en matière de lutte contre les infox (*fake news*)

RAPPORT D'INFORMATION

19 novembre 2021

**FAKE
NEWS**



Le texte peut être téléchargé à l'adresse suivante :
<http://www.senat.be>

Deze tekst is ook in het Nederlands beschikbaar.

Le secrétariat de la Commission des Matières transversales :
comtrans@senate.be
02/501 71 11

Editeur responsable :

Gert Van der biesen, secrétaire général du Sénat
Place de la Nation 1, 1009 Bruxelles

Cette publication n'a qu'une valeur informative. Bien qu'elle ait été rédigée avec le plus grand soin, ni le Sénat ni ses services ne sauraient être tenus pour responsables de son contenu.

Dépôt légal : D/2021/3427/2



**La nécessaire collaboration entre l'autorité fédérale
et les Communautés en matière de lutte
contre les infox (*fake news*)**

RAPPORT D'INFORMATION

19 novembre 2021

Rapport fait au nom de la Commission des Matières transversales

Rapporteurs :

Fatima Ahallouch, Karin Brouwers, Maaïke De Vreese, Tom Ongena et Hélène Ryckmans

Composition de la commission :

Président : Mark Demesmaeker

Membres :

N-VA: Cathy Coudyser, Mark Demesmaeker, Maaïke De Vreese

Ecolo-Groen: Fourat Ben Chikha, Soetkin Hoessen, Hélène Ryckmans

Vlaams Belang: Yves Buysse, Bob De Brabandere, Klaas Sloopmans

PS: Fatima Ahallouch, Nadia El Yousfi

MR: Philippe Dodriont, Ga  tan Van Goidsenhoven

CD&V: Karin Brouwers, Martine Fournier

Open Vld: Els Ampe, Tom Ongena

PVDA-PTB: Jos D'Haese, Antoine Hermant

Vooruit: Kurt De Loor, Annick Lambrecht



SÉNAT DE BELGIQUE

Session 2021-2022

19 novembre 2021

Dossier n°. 7-110

Rapport d'information concernant la nécessaire collaboration entre
l'autorité fédérale et les Communautés en matière
de lutte contre les infox (*fake news*)

Documents parlementaires:

2019/2020

7-110/1: Demande d'établissement d'un rapport d'information

2021/2022

7-110/2: Rapport

7-110/3: Constatations et recommandations adoptées par la commission

7-110/4: Auditions

TABLE DES MATIÈRES

I. INTRODUCTION	7
II. CONSTATATIONS	9
A. Exposé du problème et définitions	9
B. Les principaux acteurs dans la diffusion de désinformation	12
C. Les acteurs principaux dans la lutte contre la désinformation	16
D. Politiques étrangères et internationales en matière de lutte contre la désinformation	21
E. La législation pertinente	25
III. RECOMMANDATIONS	27
A. Général	27
B. Acteurs dans la diffusion de la désinformation	27
C. Acteurs dans la lutte contre la désinformation	28
D. Lutte contre la désinformation aux niveaux européen et international	31
IV. AUDITIONS	33

LES RAPPORTS D'INFORMATION:

<https://www.senate.be/rapportsdinformation>

INTRODUCTION

Ces dernières années, l'utilisation de l'internet, et plus particulièrement celle des médias sociaux, a connu un essor sans précédent. Grâce aux médias sociaux, les gens sont beaucoup plus en contact les uns avec les autres et, par ce canal, ils échangent des informations et des opinions. Les médias sociaux contribuent ainsi à une démocratisation accrue de notre société, en brisant les structures de pouvoir existantes.

Mais cette médaille a aussi un revers. Les infox, les fausses informations et même la manipulation des images, des actualités et du son deviennent des instruments utilisés dans le but délibéré d'influencer et de manipuler le citoyen et la société.

Les phénomènes tels que la désinformation et le trucage de vidéos prennent de plus en plus d'ampleur dans les médias mais également dans la vie politique. Il s'agit d'un phénomène tant national qu'international. Ces procédés engendrent de grands risques de radicalisation, de polarisation et de manipulation par des autorités étrangères ou par des groupements extrémistes qui menacent notre société.

Leur objectif est clair: par l'utilisation systématique de la désinformation, ils veulent semer la discorde, miner la confiance dans nos institutions démocratiques et ainsi, déstabiliser et affaiblir notre société tout entière.

Les menaces grandissent à mesure que les armes de désinformation se perfectionnent, qu'il s'agisse d'usines à trolls financées par des États, d'armées de robots ou de contenus malveillants, dont le seul but est de semer la dissension.

Pendant la crise de la Covid-19, la désinformation a pris une nouvelle ampleur, illustrant une fois de plus les dangers et la dimension internationale de ce phénomène. Une pandémie est en effet particulièrement propice à la diffusion de fausses informations.

La désinformation croissante et la gravité de la menace qu'elle représente ont suscité une prise de conscience et une préoccupation croissantes au sein de la société civile, aussi bien dans les États membres de l'Union européenne qu'à l'échelle internationale.

Il est en effet capital de tenir compte de la dimension éminemment internationale du phénomène. En effet, si la désinformation apparaît sur un site accessible en Belgique ou a des effets néfastes en Belgique, l'auteur se trouve généralement dans un autre pays, et la diffusion de la désinformation se fait depuis une plateforme dont le siège est situé dans un pays différent et dont les employés se trouvent dans un autre pays encore.

La plupart des pays réfléchissent à des moyens d'action contre la désinformation. Au niveau international et européen, des initiatives sont prises pour lutter contre le phénomène.

Le Sénat se prête parfaitement à l'étude approfondie de cette problématique qui menace gravement le bien-être de notre société et le bon fonctionnement de notre État de droit démocratique.

Le présent rapport d'information vise, d'une part, à lister tous les dangers et priorités auxquels nos services de sécurité et les différentes autorités doivent être attentifs et, d'autre part, à formuler des recommandations axées sur la recherche de solutions en vue de la mise en œuvre d'une politique efficace.

Cette analyse permettra à nos services de sécurité et aux différentes autorités d'agir de manière préventive et proactive. La question de savoir si un cadre réglementaire est nécessaire et/ou s'il vaut mieux miser sur une autorégulation des médias sociaux est également abordée dans ce rapport d'information.

Il convient également de prémunir la société à tous les niveaux contre le phénomène de la désinformation. Cette action concerne les jeunes, le respect des lois, la protection de l'État contre la manipulation politique par des puissances étrangères et des phénomènes tels que la radicalisation.

Il s'agit par ailleurs d'une matière transversale qui concerne principalement les Communautés, vu le rôle que jouent les médias, le journalisme et l'enseignement dans ce domaine.

Ce n'est qu'en unissant nos forces, tant entre les différentes autorités en Belgique qu'avec la société civile, mais aussi entre les États au sein de l'Union européenne et d'autres institutions internationales, que nous pourrons apporter une réponse efficace au danger de la désinformation. Ce combat n'est rien d'autre qu'un combat pour notre démocratie.



CONSTATATIONS

A. Exposé du problème et définitions

1) Exposé du problème et définitions

La diffusion de fausses informations n'est pas du tout un phénomène nouveau, mais le développement des technologies l'a grandement facilité.

À la fin du siècle dernier, la généralisation progressive de l'internet et l'essor des réseaux sociaux ont augmenté de façon exponentielle l'accès à l'information.

Chacun s'accorde à dire que dans un pays démocratique, il est important que les citoyens aient accès à des informations de qualité.

On observe cependant que la désinformation peut servir à saper la crédibilité de nos institutions et des médias traditionnels, ainsi qu'à polariser la société.

2) Définitions: fake news, désinformation, mésinformation et malinformation

a) Fake news

L'expression «*fake news*» (infox) ou «fausses nouvelles» est souvent utilisée dans le langage populaire. Cependant, il est très difficile de la définir.

Plusieurs formes d'informations sont à distinguer au sein de la notion d'«infox» en tant que genre. Il s'agit toujours d'informations erronées, mais il faut opérer une distinction selon que la personne est consciente ou non de l'inexactitude de l'information ou, autrement dit, si elle a ou non l'intention de tromper.

Le terme est également utilisé pour désigner les «*fake news media*». Dans ce cas, il est utilisé en tant que label pour discréditer la presse.

Ceci a pour conséquence que le terme a été contaminé et n'est plus utilisé dans le but pour lequel il a été conçu à l'origine, à savoir la dénonciation d'informations totalement fausses, inventées de toutes pièces.

Le problème ne se limite dès lors pas aux fausses nouvelles, ce qui est une raison fondamentale de ne pas utiliser l'expression «*fake news*» (infox).

b) Désinformation

Le présent rapport d'information utilisera le terme désinformation. C'est généralement à cette notion que les gens font référence lorsqu'ils parlent d'infox.

La Commission européenne définit la désinformation comme suit: «On entend par désinformation les informations dont on peut vérifier qu'elles sont fausses ou trompeuses, qui sont créées, présentées et diffusées dans un but lucratif ou dans l'intention délibérée de tromper le public et qui sont susceptibles de causer un préjudice public. [...]» (COM(2018)236 final).

La désinformation se distingue de deux autres sortes d'information: la mésinformation et la malinformation.

c) Mésinformation

La mésinformation désigne une fausse information qui est diffusée sans intention de nuire ou d'induire quiconque en erreur. Cela peut consister, par exemple, à diffuser une mauvaise traduction ou un message satirique en le prenant au sérieux. Ces fausses informa-

tions sont donc propagées par des personnes naïves ou fantaisistes, plutôt que par des menteurs ou des imposteurs.

d) Malinformation

La malinformation désigne une information partiellement correcte mais sortie de son contexte pour causer préjudice à une personne, à un groupe ou à la société. Les discours de haine relèvent de cette catégorie. L'accent est mis ici sur l'intention de nuire, par exemple pour se venger de quelqu'un.

3) Le lien avec nos droits fondamentaux

En Belgique, chaque citoyen a le droit d'exprimer ce qu'il pense.

Ce droit est garanti par la liberté d'expression (article 19 de la Constitution) et la liberté de la presse (article 25 de la Constitution).

Le problème de la désinformation doit être analysé dans le cadre de ces droits fondamentaux, qui doivent impérativement être préservés et protégés d'une censure par les pouvoirs publics.

La liberté d'expression n'est toutefois pas illimitée. Une opinion peut être librement exprimée tant qu'elle ne se concrétise pas par un comportement malveillant.

L'incitation à la haine, à la discrimination et à la violence est notamment interdite en vertu du droit pénal et des lois antiracisme du 30 juillet 1981 et antidiscrimination du 10 mai 2007.

Le présent rapport d'information ne traite que du problème de la désinformation à contenu légal, et non pas des messages de haine et discriminatoires qui sont déjà punissables.

4) Le rôle des algorithmes

a) Les algorithmes suivent chaque utilisateur

L'ampleur et la vitesse avec lesquelles l'information et la désinformation sont diffusées, sont principalement dues aux algorithmes utilisés par les réseaux sociaux.

Un algorithme est une formule mathématique qui agit en arrière-plan pour faire en sorte que les sites internet ou les applications sur lesquels il fonctionne, réagissent aux besoins de l'utilisateur et à ceux de l'application ou du site proprement dit.

Tous les aspects du comportement de l'utilisateur sont enregistrés: la durée pendant laquelle il a regardé une certaine vidéo, les liens sur lesquels il a cliqués, les likes qu'il a donnés, etc.

Le comportement et les décisions de chaque utilisateur individuel permettent ainsi à la plateforme d'envoyer à l'utilisateur des informations ou des publicités ciblées, dans le but d'amener celui-ci à surfer le plus longtemps possible sur la plateforme en question.

Les informations entrantes sont ainsi manipulées pour ressortir sous une forme différente pour chaque utilisateur.

b) Les algorithmes facilitent la diffusion d'information polarisante

Les algorithmes facilitent également la propagation des informations sur les plateformes: plus un message obtient de *clicks* et de *likes*, plus il y a de chances que l'algorithme le reprenne et le diffuse.

On observe toutefois un déséquilibre dans l'architecture de la plateforme, si bien que le contenu polarisant attire davantage l'attention des utilisateurs que le contenu neutre. Ce contenu est aussi repris plus facilement par les algorithmes.

De plus, les personnes ayant un avis bien arrêté sur un sujet se font plus souvent entendre sur les réseaux sociaux, de sorte que les opinions tranchées circulent automatiquement davantage sur ces plateformes.

c) Les algorithmes favorisent la création de bulles d'information et de chambres d'écho

Nous avons naturellement tendance à rechercher des informations qui renforcent nos propres convictions ou idées (le biais de confirmation).

Ce phénomène est renforcé par l'algorithme, qui, après un certain temps, affichera toujours les mêmes opinions sur le fil d'actualité d'une personne, créant ainsi des bulles d'information et des chambres d'écho.

Une bulle d'information forme un réseau très homogène dans lequel les utilisateurs suivent principalement les personnes à l'intérieur de cette bulle et n'entrent plus en contact avec des opinions divergentes.

Une chambre d'écho risque alors d'apparaître, c'est-à-dire une chambre virtuelle dans laquelle nos convictions propres sont répétées comme un écho par les personnes qui pensent de la même manière.

Ces bulles d'information ne font que renforcer le contenu polarisant, si bien que deux mondes peuvent parfaitement coexister sans plus jamais entrer en contact l'un avec l'autre.

5) Le rôle de l'intelligence artificielle

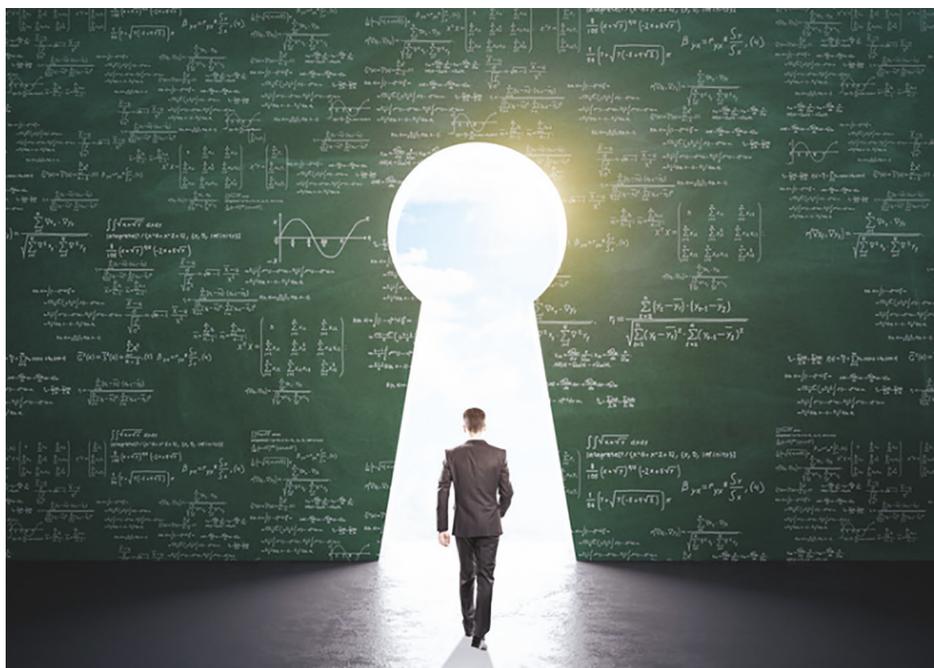
Le rôle de l'intelligence artificielle (IA) dans nos vies quotidiennes s'est considérablement développé. Le 29 mars 2019, le Sénat a adopté un rapport d'information relatif aux «re-tombées, aux opportunités, aux potentialités et aux risques de la «société intelligente» numérique» (doc. Sénat, n° 6-413/1 à 4). L'intelligence artificielle y a été largement abordée.

Cependant, dans la diffusion de la désinformation, l'intelligence artificielle joue également un rôle important qui peut prendre différentes formes, notamment en matière de vidéos truquées (*deepfakes*).

Les *deepfakes* sont de courts films dont les images ont été manipulées grâce à une technique de composition d'images humaines basée sur l'intelligence artificielle, et dont les citoyens pourront difficilement dire si elles sont authentiques ou pas.

À l'heure actuelle, il est très facile d'avoir accès à cette technologie et presque tout le monde peut s'en servir pour réaliser une *deepfake*.

Cela illustre la manière dont l'intelligence artificielle peut être préjudiciable. Toutefois, celle-ci peut être utilisée aussi pour lutter contre la désinformation.



B. Les principaux acteurs dans la diffusion de désinformation

Notre pays résiste assez bien à la désinformation. Pour expliquer ce phénomène, certains orateurs ont évoqué la fragmentation du paysage politique, la confiance assez grande dans les médias traditionnels et la dimension culturelle.

Il n'empêche que le phénomène prend également de l'ampleur dans notre pays.

1) Les médias

a) Les médias traditionnels

Par médias traditionnels, on entend les formes de communication de masse qui existaient avant l'avènement des médias numériques: télévision, radio, journaux, magazines, etc. Ils devraient en principe être dignes de confiance, mais ils sont mis sous pression.

Ils recherchent le moyen d'exploiter les potentialités offertes par les nouveaux médias et utilisent à cet effet largement les plateformes de médias sociaux pour diffuser leurs informations auprès des consommateurs. Cette évolution pose des défis autant qu'elle offre des opportunités.

1. Un changement dans la consommation des informations

Dans le passé, la population dépendait des médias traditionnels pour accéder à l'information. Aujourd'hui, la consommation d'informations s'effectue de plus en plus sur les réseaux sociaux.

La presse est ainsi attaquée dans son core business. Les médias ne sont aujourd'hui plus les premiers à annoncer les dernières nouvelles, qui sont désormais livrées en primeur sur les médias sociaux au moyen de simples tweets ou de photos publiées sur Facebook.

Selon l'étude *Digimeter* (<https://www.imec.be/nl/expertises/techrends/imecdigimeter/digimeter-2020>), 30 % de la population, en particulier les jeunes, utilise les réseaux sociaux comme principal canal pour consulter des informations. Au total, 46 % des citoyens utilisent quotidiennement et 60 % hebdomadairement les réseaux sociaux pour chercher des informations.

Leur consommation d'informations est alors influencée par des algorithmes commerciaux. En effet, l'objectif des réseaux sociaux est de garder l'utilisateur le plus longtemps possible sur la plateforme afin de lui proposer le plus possible de publicités.

Cette évolution de la consommation d'informations joue un rôle important dans la diffusion de la désinformation.

2. De l'information à l'infodivertissement

L'évolution de la consommation des informations a pour effet que les médias traditionnels veulent, eux aussi, être davantage présents sur les réseaux sociaux.

Ces médias se concentrent alors principalement sur les messages que les gens aiment consulter et partager. Ces messages ne peuvent pas être assimilés à de la désinformation, mais leur valeur informative n'est pas réellement pertinente.

Il semblerait qu'à l'heure actuelle, les médias d'information accordent une trop grande importance à l'infodivertissement, ce qui peut désorienter le citoyen. Les médias doivent en être conscients.

De nombreuses entreprises de médias sont actuellement à la recherche d'un équilibre. Elles ne misent pas uniquement sur des messages susceptibles d'être partagés, mais optent aussi pour des articles de qualité et de fond, qui sont souvent proposés sur un *pay wall*.

3. Un rétrécissement de la diversité de l'information

Sur les réseaux sociaux, les informations sont aussi souvent présentées hors de tout contexte. L'utilisateur ne voit par exemple que le titre et la première phrase sur son fil d'actualité, mais ne lit pas l'article proprement dit, ce qui peut également favoriser la propagation de fausses informations.

Non seulement les citoyens sont davantage confrontés à des informations sensationnalistes, mais le risque est aussi qu'ils pensent avoir accès à des informations larges alors que la diversité de ces informations est précisément en train de se réduire.

b) Les médias sociaux

1. Une plateforme ou un média?

Lorsqu'on évoque les médias sociaux, on pense souvent à Facebook et Twitter mais d'autres médias comme TikTok ou Instagram gagnent en importance. Par ailleurs, il ne faut pas oublier le rôle de moteurs de recherche comme Google ou YouTube.

Pour des raisons stratégiques, ces sites se qualifient eux-mêmes de plateformes technologiques de distribution afin de donner l'impression qu'ils ne font que relayer de manière neutre une information entre l'émetteur et le receveur.

Ce ne sont toutefois pas des plateformes neutres mais plutôt des médias: derrière les algorithmes qu'ils utilisent, il y a toujours des choix. C'est là que se situe le nœud du problème.

2. La transparence des plateformes en ligne

À ce jour, le fonctionnement des plateformes en ligne n'est pas transparent.

Lorsqu'une photo ou un message sont chargés sur une telle plateforme, ils passent à travers une boîte noire dans laquelle divers algorithmes sélectionnent et manipulent les informations entrantes pour les faire ressortir sous une autre forme.

Il existe des réseaux fermés «cachés» où sont créées et circulent de nombreuses théories du complot et de la désinformation. Lorsque certaines personnes se détournent des plateformes traditionnelles de médias sociaux (comme Facebook, Twitter, Youtube, etc.), elles risquent de s'informer sur des réseaux fermés dont le contenu n'est pas ou pratiquement pas surveillé. Les réseaux fermés sont généralement des réseaux dont les messages ne sont pas tous automatiquement publics. Les réseaux sociaux fermés ne sont pas seulement des réseaux présents sur le dark web, mais peuvent aussi être des réseaux tels que WhatsApp.

3. La responsabilité quant au contenu de la plateforme

Le gouvernement fédéral indique que les réseaux sociaux doivent assumer la responsabilité tant au niveau du contenu de leur plateforme que de leur ligne éditoriale.

Tel est aussi l'esprit de la future réglementation européenne sur les services numériques (*Digital Services Act*).

Mais, le risque est alors bien réel de voir les plateformes censurer préventivement des opinions divergentes afin d'éviter toute violation éventuelle de la loi.

Elles peuvent également maintenir l'information contestée parce que les revenus publicitaires dépassent l'amende qu'elles risquent de se voir infliger.

4. L'autorégulation

Ces dernières années, la lutte contre la désinformation a souvent été laissée aux soins des plateformes elles-mêmes par la voie de l'autorégulation.

Avec l'autorégulation, le risque existe néanmoins que les plateformes de médias sociaux suppriment très facilement des contenus pour éviter des problèmes au niveau légal.

La question centrale est de savoir s'il est de la responsabilité des plateformes de filtrer les informations.

Facebook n'est pas de cet avis et estime qu'une société privée n'a pas à être l'arbitre de la vérité.

La question est évidemment de savoir si les sociétés de médias sociaux sont uniquement des entreprises privées étant donné qu'elles ont, de par leur taille, une valeur publique.

Google est favorable à un partenariat public-privé pour lutter contre la désinformation, tout en tenant compte des principes de la liberté d'expression et de l'accès à l'information.

c) Les influenceurs

Les influenceurs exercent une grande influence tant sur le plan de la diffusion d'informations que sur le fonctionnement de la boîte noire.

Ils représentent souvent une source de mésinformation et de désinformation.

Leurs comptes présentent trois caractéristiques: ils ont un grand nombre d'abonnés, ils sont très actifs et existent généralement depuis de nombreuses années.

Les influenceurs et les journalistes non professionnels ne sont pas soumis à l'éthique professionnelle des journalistes et ne sont pas responsables sur le plan pénal.

La Cour de cassation a certes déterminé que toute personne qui se rend coupable de calomnie, de diffamation ou de tout autre délit d'opinion en ligne, sera considérée comme auteur d'un délit de presse et devra comparaître devant la Cour d'assises (article 150 de la Constitution). Toutefois, en pratique, cela ne se produit pas du fait de la lourdeur de la procédure.

Ils ne jouissent toutefois pas d'une impunité totale vis-à-vis des lois existantes: un influenceur qui cause un préjudice à autrui en publiant une désinformation peut être reconnu civilement responsable.

2) Les politiciens et partis politiques

a) Constat général

Les partis politiques sont également susceptibles de produire de la désinformation, surtout en période électorale.

La façon dont ils gèrent celle-ci diffère fortement selon leur position dans le paysage démocratique et leur sens des responsabilités en tant que leaders d'opinion.

Si la plupart des politiciens publient un rectificatif lorsqu'ils ont involontairement diffusé de la désinformation, ce n'est pas le cas pour tous.

La désinformation politique, qui consiste à accuser un parti ou responsable politiques de certains faits ou déclarations qui se révèlent faux *a posteriori*, est cependant relativement peu fréquente en Belgique.

Dans notre paysage politique, on vise plutôt à créer un climat propre à jeter le discrédit sur certains groupes de la population ou certaines cultures et à raviver ainsi les sentiments d'anxiété.

La désinformation a aussi pour effet de réduire le débat démocratique et peut avoir un impact important sur les candidats politiques, en particulier sur les femmes candidates.

Le docteur Sofia Collignon (Université de Londres) et le docteur Wolfgang Rüdig (Université de Strathclyde) ont mené une enquête auprès de tous les candidats du Royaume-Uni aux élections de 2019 pour le Parlement européen. Des réponses collectées, il ressort que:

- les campagnes de diffamation isolent les candidats de leur propre communauté et de leur réseau de soutien;

- en empêchant les candidats d'atteindre le public, ces campagnes de diffamation réduisent leurs chances d'être élus. Nombre d'entre eux ont le sentiment qu'avoir été victimes d'une campagne de diffamation les a réduits au silence;
- c'est particulièrement le cas des femmes candidates, qui sont de plus en plus nombreuses à s'engager sur la scène politique et à se présenter aux élections. On observe en parallèle une forme de résistance culturelle: lorsque les femmes en politique défendent des positions idéologiques ou des positions politiques particulières, elles sont plus susceptibles de subir des attaques que celles qui expriment des positions idéologiques plus traditionnelles.

b) Les partis extrémistes et populistes

Les partis extrémistes et populistes ont moins accès aux médias traditionnels et cherchent d'autres canaux pour diffuser toutes sortes d'informations.

Après l'échec de leur stratégie médiatique via les canaux médiatiques traditionnels, ces partis ont choisi les réseaux sociaux pour diffuser abondamment leur message, en ce compris de la désinformation.

À cet égard, nous constatons que l'extrême droite a une plus grande portée sur les réseaux sociaux que l'extrême gauche.

Les partis populistes accusent les médias traditionnels et les journalistes de diffuser de l'infox.

De cette manière, ils jettent le doute sur la crédibilité des journalistes qui ont un œil critique sur les responsables politiques.

Ces pratiques ne sont pas sans conséquences: des études révèlent que les attaques répétées à leur encontre peuvent avoir un effet dissuasif sur les journalistes, qui n'osent plus écrire sur certains sujets ou sur certaines personnes par crainte des réactions que pourraient susciter leurs articles.

3) Les groupes d'action

En Belgique, la désinformation créée par des groupes d'action est relativement peu fréquente et il existe peu de sites internet de canulars ou de sites internet extrêmement partiaux.

Il existe cependant une forme de création d'atmosphère qui vise à susciter des sentiments de peur. Cela peut concerner certains groupes de la population ou certaines cultures, les développements technologiques ou notre santé..

4) Les organisations radicales/terroristes (mouvement radical de gauche/ droite, organisations djihadistes...)

En Belgique ou à l'étranger, des individus ou groupes extrémistes tirent parti des peurs et des frustrations en les renforçant ou en les alimentant au moyen de théories complotistes ou d'autres techniques de désinformation.

Par le biais des réseaux sociaux, les extrémistes ont trouvé un nouveau moyen de diffuser librement leur message. Ils décontextualisent souvent un événement réel pour s'en servir.

En poussant les gens à adopter un point de vue ou à choisir un camp, même lorsqu'il s'agit de questions complexes, ils accentuent encore plus les mécanismes de polarisation. La polarisation est le terreau par excellence de l'extrémisme idéologique.

5) Les protagonistes étrangers

N'importe qui peut diffuser de la désinformation, mais il s'agit souvent de campagnes d'information délibérées dans lesquelles des acteurs étrangers jouent un rôle important.

Ceux-ci essaient de promouvoir leurs intérêts en semant la confusion, la discorde ou la suspicion:

- pour soutenir des groupements qui ont des liens avec l'étranger;
- pour maintenir l'instabilité dans un pays voisin;
- pour nuire à des adversaires ou à des dissidents politiques;
- pour promouvoir un régime déterminé;
- pour décrédibiliser les médias traditionnels.

À cet égard, la Défense belge fait la distinction entre les acteurs étatiques et les acteurs non étatiques.

La Russie et la Chine, par exemple, se livrent à des actions d'ingérence en tant qu'acteurs étatiques. Elles font ample usage de campagnes d'information pour diffuser des nouvelles destinées à dépeindre l'Union européenne comme irresponsable et peu fiable.

Dans le cadre de la lutte contre la pandémie de la Covid-19, le message anti-OTAN et anti-UE de la Russie a engendré un sentiment négatif à l'égard de ces institutions auprès de la population européenne en général.

Le thème de la migration est utilisé par la Russie pour alimenter un sentiment anti-migrants et anti-islam dans les cercles d'extrême droite ou dans des écosystèmes en ligne où prospèrent des théories du complot.

Toutefois, cette ingérence est impossible à prouver et l'Union européenne ne serait actuellement pas en mesure de lutter contre cette situation.

Il y a également les acteurs non étatiques, tels que les groupes terroristes. Ceux-ci diffusent surtout des messages polarisants, mais avec la même intention, à savoir susciter la méfiance dans le but de déstabiliser la société.

Le Conseil européen a chargé le Service européen pour l'action extérieure (SEAE) d'établir une analyse et une stratégie face à la question de la désinformation provenant d'acteurs extérieurs.

Ce service coopère étroitement avec des partenaires internationaux tels que le G7, au sein duquel le Canada est un partenaire très important. L'Australie, confrontée à des problèmes similaires, a également des approches très intéressantes à partager dans ce domaine.

C. Les acteurs principaux dans la lutte contre la désinformation

Il est généralement difficile de déterminer l'origine des informations manipulées. Souvent, les fausses informations ont déjà amplement circulé avant d'être identifiées comme telles.

Compte tenu de la difficulté d'identifier la source, il n'est pas simple non plus d'agir. L'anonymat sur l'internet aide incontestablement les personnes qui diffusent de la désinformation.

1) Les services de sécurité

Les organes de sécurité intérieure comme la VSSE (Sûreté de l'État) sont pleinement conscients du danger que représente la désinformation. La lutte contre ce phénomène est pour eux une priorité majeure.

La VSSE observe un accroissement de la méfiance envers les autorités, ce qui constitue également un facteur favorisant la désinformation.

La première étape dans la lutte contre la désinformation consiste à la comprendre et à l'identifier. Viennent ensuite l'évaluation du danger pour la société et, enfin, la lutte proprement dite contre les infox.

La VSSE déploie également diverses contre-mesures. L'une de ses missions prioritaires est de prévenir les menaces d'ingérence et d'extrémisme et de mieux les faire connaître par le biais de communiqués, de publications ou d'interventions dans les médias sur la question.

L'objectif en l'espèce est de contribuer à renforcer la résilience de la société.

Lorsque cela est possible et opportun, la VSSE prend aussi des mesures secondaires de perturbation en signalant, par exemple aux plateformes de médias sociaux, les actes de désinformation ou les activités problématiques flagrants sur d'authentiques ou de faux profils d'utilisateurs.

Dans son rapport d'activité 2017-2018, la VSSE indiquait avoir développé une expertise en matière de recherches sur les médias sociaux et les applications de messagerie mobile, notamment au travers de sa cellule Socmint (*Social Media Intelligence*).

En 2018, en prévision des élections fédérales et européennes de 2019, la cellule Socmint de la VSSE a participé à un projet conjoint avec les services de renseignements militaires (le Service général du renseignement et de la sécurité, SGRS), le *Joint Intelligence Project «Elections»*.

Ce projet visait à détecter et contrer d'éventuelles ingérences étrangères dans notre processus électoral, notamment au travers de campagnes de désinformation.

2) Les sociétés de médias sociaux

Selon des chiffres récents, 4,14 milliards de personnes dans le monde utiliseraient les médias sociaux chaque mois.

De par leur portée gigantesque, les nouveaux médias sociaux, à savoir, principalement, Facebook, YouTube, Twitter et Instagram, jouent un rôle crucial dans la lutte contre la désinformation.

Au cours des dernières années, le sens de la responsabilité des médias sociaux s'est affiné, entre autres sous la pression des autorités. C'est la raison pour laquelle des sociétés comme Facebook ou YouTube s'efforcent de lutter contre la désinformation.

a) Facebook et YouTube

Conscient de sa responsabilité, Facebook privilégie une approche en trois volets: supprimer, diminuer et informer.

La mesure la plus radicale est la suppression de comptes ou de messages. Tel est le sort des messages qui enfreignent les règles internes (par exemple, l'utilisation de faux comptes). Chaque jour, plus d'un million de faux comptes sont fermés.

Les messages qui, sans être directement contraires aux règles internes de l'entreprise, sont de mauvaise qualité ou faux, seront moins largement diffusés. Pour ce faire, Facebook collabore avec des vérificateurs de faits externes et indépendants (en Belgique: DPA, Knack, AFP). Lorsque ces vérificateurs de faits qualifient une information de «fausse», l'entreprise diminue de manière draconienne la diffusion du message.

Facebook tient à informer ses utilisateurs: en contextualisant les informations, ces derniers peuvent décider eux-mêmes ce qu'ils lisent, à quoi ils se fient et ce qu'ils partagent. Lorsqu'un message est qualifié de faux par les vérificateurs de faits, Facebook affiche des avertissements, ainsi que l'évaluation et l'analyse des vérificateurs de faits, à l'intention des utilisateurs qui lisent le message, qui tentent de le partager ou qui l'ont déjà partagé.

YouTube aussi applique une telle politique de réduction et de suppression.

Pourtant, les experts pointent encore des lacunes dans cette approche, surtout en ce qui concerne le fonctionnement des algorithmes.

Il est important d'observer que les règles internes des réseaux sociaux (comme Facebook par exemple) s'appliquent aussi aux responsables politiques. Lorsqu'un message politique constitue un appel à la haine ou à la violence, il sera bel et bien supprimé.

La seule exception concerne le programme de vérification des faits. Un message émanant d'un responsable politique ne sera donc pas retiré au motif que son contenu est peut-être inexact.

b) Google

Dans la note destinée à la commission, Google indique que, sur la base du Code de conduite européen pour lutter contre les discours haineux illégaux diffusés en ligne, elle applique des règles strictes. L'entreprise établit régulièrement des rapports sur la manière dont elle lutte contre la désinformation, comme, par exemple, celle relative à la Covid-19.

3) Les médias traditionnels et les journalistes

Les grands médias en Communauté flamande et en Communauté française restent des sources de confiance pour les citoyens. Le rapport *Digital News Report 2020* de l'Institut Reuters indique que 78 % des répondants affirment avoir confiance en la VRT. Les services de presse de la RTBF remportent, quant à eux, 74 % de confiance du public. Dans les deux communautés, seuls 7 % des répondants déclarent ne pas avoir confiance dans les médias publics.

Dans la lutte contre la désinformation, un rôle clair est et reste dès lors dévolu aux médias d'information. Les journalistes sont des alliés importants de par leurs obligations déontologiques.

L'éthique des médias et des journalistes est surveillée par le Conseil de déontologie journalistique et par le *Raad voor de Journalistiek*. Ces organisations sont indépendantes et auto-régulées, ce qui leur permet de traiter les plaintes sur d'éventuelles violations de la déontologie journalistique de manière transparente.

La vérification des faits constitue une dimension fondamentale de la déontologie journalistique: chaque journaliste est tenu de vérifier la véracité de ses informations.

De nombreuses rédactions recourent aussi à des procédés de vérification des faits.

Deux projets de vérification de faits sont menés au niveau flamand. Il s'agit de *Factcheck Vlaanderen* et de *FactRank*.

La VRT dispose par ailleurs d'une cellule spécifique DDT (Données, Désinformation et Technologie), chargée spécifiquement de lutter contre la désinformation. Le nouveau contrat de gestion 2021-2025 conclu entre le gouvernement flamand et la chaîne publique flamande contient, pour la première fois, des dispositions relatives à la lutte contre la désinformation.

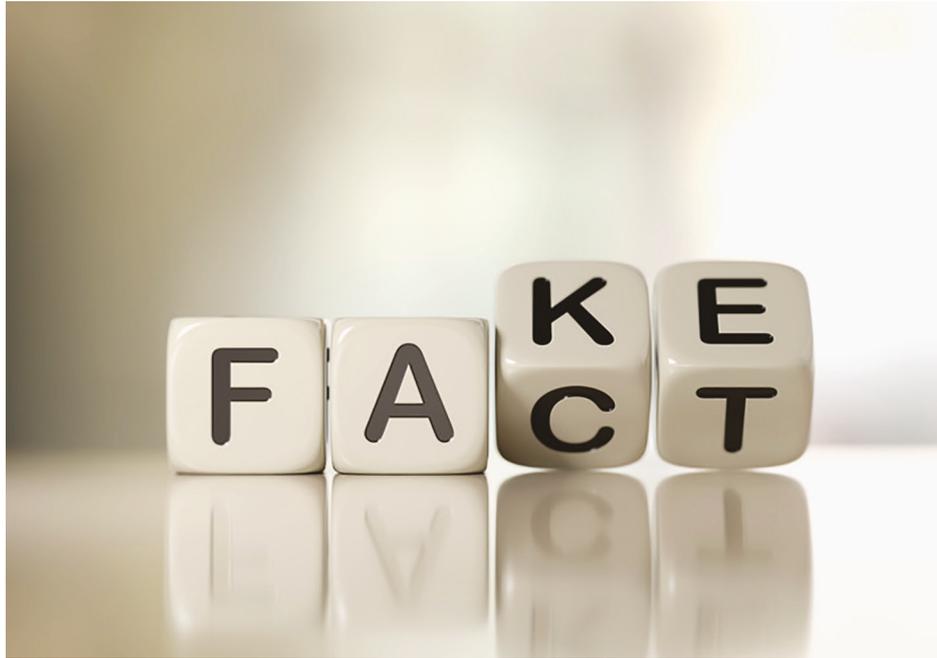
En décembre 2019, la RTBF a développé et mis en ligne son outil de *factchecking*. Il s'agit de *Faky*, une plateforme qui propose différentes fonctions:

- l'analyse de fiabilité d'articles au moyen de leur adresse web d'origine;
- un moteur de recherche d'articles vérifiés par mots-clés;
- un flux d'articles fiables et de faux débusqués et déconstruits.

Le mécanisme de vérification des faits peut avoir une fonction dissuasive.

Les chaînes publiques ne sont pas les seules censées s'efforcer de donner une information correcte. C'est une mission de tous les médias de notre pays.

Tant en Flandre qu'en Wallonie, une aide est accordée en permanence au journalisme de qualité et au journalisme d'investigation.



En Flandre, on peut notamment citer:

- le Fonds Pascal Decroos qui reçoit d'importants subsides flamands pour octroyer des bourses en faveur d'un journalisme d'investigation;
- Le plan de relance flamand «*Vlaamse Veerkracht*» qui affecte près de 30 millions d'euros au secteur des médias pour assurer la transition numérique. Une partie de ces fonds seront investis dans des technologies permettant aux rédactions de contrer la désinformation.

La Communauté française développe également des outils permettant de juger la qualité des sources et d'améliorer la vérification des faits.

Certains outils existent déjà, comme l'ouvrage *Critique de l'info, l'outil ultime, La critique de l'information en 5 approches ou le carnet du Conseil supérieur de l'éducation aux médias, Déjouer les pièges de la désinformation*.

4) L'éducation aux médias

La crise de la Covid-19 a confirmé que les différentes fractures numériques (accessibilité au matériel informatique et numérique, maîtrise des logiciels et compétences d'utilisation), sont importantes. Elles ont été amplifiées par un passage accéléré à des outils numériques dans toutes les sphères de la société.

Le développement de l'éducation aux médias et de l'habileté numérique s'impose dès lors non seulement pour les jeunes, mais pour l'ensemble du corps social.

En dispensant des cours d'éducation aux médias à nos enfants et à nos jeunes dans l'enseignement, nous les armons contre la manipulation et la désinformation.

D'autres acteurs de la formation permanente sont aussi actifs dans le domaine de l'éducation aux médias.

Dans notre pays, de nombreuses organisations contribuent à ce que le numérique fasse partie du quotidien des jeunes, tant dans l'enseignement que dans le secteur de la jeunesse, au travers de différents projets et initiatives.

En Communauté flamande, mentionnons à titre d'exemple:

- *Nieuws in de Klas*;
- *Mediawijs*, une initiative qui soutient les organisations actives dans le domaine de l'éducation numérique et de l'éducation aux médias. Elle promeut l'acquisition et le partage de connaissances auprès de ces organisations, offre un soutien pratique et aide au développement de pratiques;
- «*Link in de kabel*» qui vise à renforcer l'éducation aux médias des enfants et des jeunes vulnérables et à lutter contre la désinformation.

En Communauté française:

- «Ouvrir mon quotidien», une opération d'éducation à la presse à destination des élèves du fondamental et des écoles du secondaire;
- «Questions vives», un dispositif gratuit pour les enseignants de secondaire, permettant aux élèves de développer leur capacité de jugement sur les enjeux de société et sur leur vie;
- l'opération «Journalistes en classe».

Le gouvernement de la Communauté française vient d'adopter une note méthodologique et d'orientation du futur plan d'éducation aux médias, qui se décline en quatre axes stratégiques: éducation, évolution du Conseil supérieur de l'éducation aux médias, visibilité des projets relatifs à l'éducation aux médias et développement de nouvelles initiatives d'éducation aux médias numériques et aux réseaux sociaux.

Par ailleurs, tant en Flandre qu'en Belgique francophone, les influenceurs sont considérés comme des acteurs intéressants pour participer à l'éducation aux médias.

On peut en effet compter sur le sens des responsabilités de certains influenceurs, qui souhaitent jouer un rôle positif.

Le gouvernement flamand a pris l'initiative d'élaborer, en collaboration avec les influenceurs, un code de bonne conduite afin qu'ils soient bien armés pour faire face à des thèmes tels que le suicide, le (cyber)harcèlement, le marketing numérique, etc.

En Belgique francophone, les influenceurs sont d'ores et déjà en contact avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour différents aspects.

Des étapes importantes ont donc été franchies des deux côtés de la frontière linguistique.

5) Les études scientifiques et le recours à l'intelligence artificielle

a) Les études scientifiques

Lors des auditions, plusieurs experts ont indiqué qu'il était crucial, pour pouvoir lutter contre la désinformation, de disposer d'études scientifiques sur les causes et les incidences du phénomène.

Les résultats de cette recherche pourraient être utilisés par les services de sécurité mais aussi par les établissements d'enseignement.

À l'heure actuelle, ces études n'existent cependant pas, faute de temps et de moyens financiers. Les universités et les hautes écoles n'investissent pas dans ces thématiques, les recherches en la matière n'étant pas considérées comme scientifiques.

Pourtant, elles sont importantes car nous avons actuellement peu de recul sur le phénomène de la désinformation.

b) Le recours à l'intelligence artificielle

Tant les entreprises de médias sociaux que les plateformes de vérification des faits recourent de plus en plus à l'intelligence artificielle pour détecter la désinformation.

Ainsi, la dynamique de propagation permet d'examiner la manière dont la rumeur se propage, sans s'attacher au contenu du message. Le lieu et la vitesse de l'échange d'informations diffèrent en effet selon qu'il s'agit de désinformation ou de contenus neutres.

L'entreprise Textgain, une *spin off* de l'Université d'Anvers (UA), analyse l'activité sur les médias sociaux à l'aide d'outils d'intelligence artificielle. Ceci permet de détecter plus rapidement les discours de haine, la désinformation et la discrimination en ligne. Elle s'efforce également de comprendre comment les chambres d'écho se constituent sur les médias sociaux.

L'apprentissage automatique est également utilisé pour détecter les vidéos truquées. On n'en est toutefois pas encore au stade où l'intelligence artificielle supprime le contenu, une intervention humaine restant nécessaire.

c) Le recours aux *middlewares*

Grâce à leurs algorithmes de recommandation, les plateformes de médias sociaux déterminent les informations et les messages vus par les utilisateurs. Certains universitaires, dont Francis Fukuyama, veulent mettre fin à ce monopole des plateformes de médias sociaux en recourant à une solution dite «*middleware*» (logiciel médiateur). Les *middlewares*, développés par différentes entreprises concurrentes, permettent de créer une couche intermédiaire entre l'utilisateur et la plateforme du média social. L'utilisateur peut ainsi choisir davantage lui-même les messages qui s'afficheront sur son profil. Selon ses partisans, cette solution technologique qui permet de mettre fin au monopole des plateformes de médias sociaux en matière d'information et d'algorithme, est préférable à l'extension de la législation sur la concurrence (comme l'*Antitrust Sherman Act* américain), laquelle se ferait sur la base de critères non seulement économiques mais aussi politiques.

6) Les organisations indépendantes (e.a. organisations de vérification des faits, EUvsDisinfo, etc.)

Des instances indépendantes luttent également contre la propagation de désinformation. Elles participent, elles aussi, activement à la vérification des faits.

EUvsDisinfo (<https://euvsdisinfo.eu>), qui se concentre sur la lutte contre la désinformation à partir de la Russie, en est un exemple. L'initiative a vu le jour en 2015, en réaction aux grandes campagnes de désinformation menées depuis la Russie à l'encontre de l'UE et de ses États membres dans le but de les affaiblir et de les déstabiliser.

De telles initiatives sont précieuses pour contrer la désinformation émanant d'acteurs étatiques.

D. Politiques étrangères et internationales en matière de lutte contre la désinformation

1) À l'étranger

a) L'Allemagne

La «loi sur l'amélioration de l'application de la loi dans les réseaux sociaux» (*Gesetz zur verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken* ou NetzDG) est entrée en vigueur le 1er octobre 2017. De ce fait, l'Allemagne est pionnière en matière de législation contre la désinformation.

La NetzDG, désormais connue sous le nom de «loi Facebook», prévoit que les médias sociaux doivent eux-mêmes, moyennant des procédures de plainte simplifiées, supprimer le contenu illicite. À défaut, la loi prévoit des amendes pouvant aller jusqu'à 50 millions d'euros pour l'entreprise et 5 millions d'euros pour leurs responsables à titre personnel.

Cette loi a, dans un premier temps, fait l'objet de vives critiques. Des questions se posaient quant à son efficacité pour contrer la désinformation, sans compter l'opposition des plateformes de réseaux sociaux.

Quant à son efficacité, les positions diffèrent. Certains disent que les effets positifs seraient limités, d'autres estiment que la loi a au moins permis que ces phénomènes soient pris au sérieux par les acteurs d'internet.

b) La France

En France, la loi du 22 décembre 2018 contre la manipulation de l'information, couramment appelée «loi *fake news*» ou «loi infox», vise à mieux protéger la démocratie contre les diverses formes de diffusion intentionnelle de fausses nouvelles.

En mai 2020, la France a également adopté la loi visant à lutter contre les contenus haineux sur internet, dite loi «Avia», inspirée de la NetzDG allemande. Elle prévoit des obligations de transparence dans le chef des réseaux sociaux lorsqu'ils diffusent des contenus rémunérés.

Le 18 juin 2020, le Conseil constitutionnel français a toutefois jugé que le texte est en grande partie contraire à la Constitution, notamment parce qu'il porte une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression. C'est pourquoi de nombreuses dispositions de la loi ont été supprimées.

c) La Suède

Depuis la Guerre froide, la Suède œuvre à la «résilience psychologique» («*psychological defense*») de la population. L'objectif initial était de lutter contre la propagande anti-suédoise. Aujourd'hui, sous cette dénomination, une attention particulière est également accordée à la reconnaissance de la désinformation.

La *Swedish Civil Contingencies Agency* (MSB) a notamment pour mission de contrer les campagnes de désinformation touchant le pays.

En matière de désinformation, elle effectue un travail de recherche conséquent menant à des publications de prévention tant à l'adresse des citoyens que du politique et des services de sécurité.

Les services de l'État suédois produisent des manuels scolaires pour aiguïser les capacités critiques et d'analyse des étudiants.

Par ailleurs, au travers d'une collaboration entre l'Autorité suédoise de l'Innovation (Vinnova) et des médias publics, la Suède a développé une plateforme de *factchecking* qui évalue la crédibilité des informations, élimine les bulles d'information et écarte la désinformation automatiquement.

d) L'Union européenne

1. La Task Force East StratCom

En 2015 déjà, le Plan d'action pour la communication stratégique, préparé à l'initiative du Conseil européen, prévoyait trois objectifs:

- poursuivre les efforts de communication et de promotion des politiques européennes à destination des régions du voisinage est-européen;
- renforcer l'environnement médiatique et la liberté de la presse dans les régions du voisinage est-européen;
- accroître les capacités de l'UE à prévoir, détecter et répondre aux activités de désinformation menées par des acteurs externes.

La *Task Force East StratCom*, qui dépend du Service européen pour l'action extérieure (SEAE) est composée d'une équipe de seize personnes, membres du personnel de la

Commission européenne ou détachés par les États membres.

La *Task Force* alimente le site internet EUvsDisinfo qu'elle a créé, particulièrement riche en informations sur la désinformation.

L'objectif principal d'EUvsDisinfo est d'accroître la sensibilisation et la compréhension du public en matière d'activités de désinformation provenant du Kremlin mais aussi d'aider les citoyens européens à développer une résistance à la manipulation de l'information numérique et des médias.

2. Le Code de bonnes pratiques de l'UE en matière de désinformation

En septembre 2018, un Code de bonnes pratiques contre la désinformation a été élaboré conjointement avec les représentants des plateformes internet, des principaux réseaux sociaux, des annonceurs et de l'industrie de la publicité.

Il s'agit d'un ensemble de mesures «autorégulatrices» et d'engagements pris sur une base volontaire par ces cosignataires. Parmi eux figurent Facebook, Google, Microsoft, TikTok et Twitter.

Le 26 mai 2021, la Commission européenne a présenté de nouvelles propositions pour renforcer le Code de bonnes pratiques contre la désinformation. Elles visent à :

- améliorer la transparence sur les algorithmes utilisés;
- développer des nouveaux outils permettant aux utilisateurs de signaler les informations estimées trompeuses;
- poursuivre le développement de la vérification des faits sur les réseaux sociaux..

La Commission européenne propose également la création d'une taskforce composée des signataires du code, de représentants du service diplomatique de l'UE et des régulateurs européens de l'audiovisuel.

Parallèlement, un Observatoire pour l'analyse des médias sociaux (SOMA) a été créé par la Commission européenne, en partenariat avec des acteurs technologiques privés et des universités.

3. Le Plan d'action contre la désinformation

Dans la perspective des élections européennes de mai 2019, le Plan d'action contre la désinformation a été élaboré fin 2018.

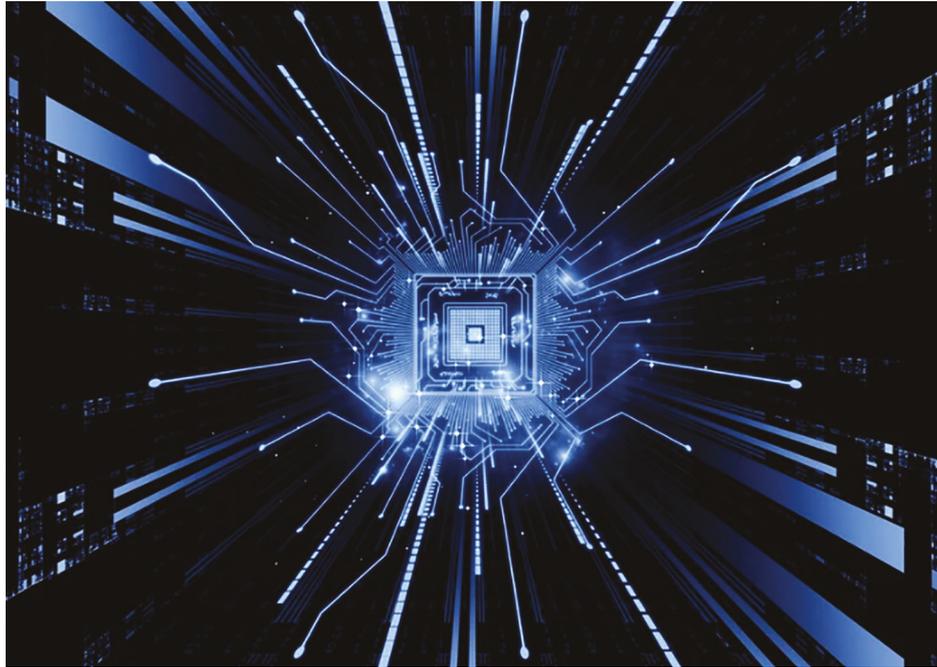
Son objectif est de mieux coordonner les efforts des États membres dans la lutte contre la désinformation. Il définit une approche englobant l'ensemble de la société, renforçant la coopération entre des acteurs clés comme les pouvoirs publics, les journalistes, les chercheurs, les vérificateurs de faits, les plateformes en ligne et la société civile.

En mars 2019, dans le cadre de ce plan, un système d'alerte rapide (SAR) a été créé dans le but de :

- faciliter la coopération avec des organisations telles que l'OTAN;
- renforcer la coopération avec les réseaux sociaux et services de messagerie pour détecter la désinformation et prévenir leur propagation.

4. L'Observatoire européen des médias numériques

Le 1^{er} juin 2020, l'Union européenne a créé l'Observatoire européen des médias numériques qui vise à analyser la désinformation. Financé par l'Union européenne, il soutient la création d'une communauté transfrontière et pluridisciplinaire de vérificateurs de faits indépendants et de chercheurs universitaires, qui collaboreront avec les parties prenantes concernées pour détecter, analyser et mettre en lumière les menaces potentielles de désinformation.



5. Le Plan d'action pour la démocratie européenne

Face aux menaces qui fragilisent nos démocraties parlementaires, la Commission européenne a élaboré un plan d'action pour la démocratie européenne, qui sera mis en œuvre en 2024. Il marque une étape importante dans le travail mené par l'UE pour soutenir les médias libres et indépendants, lutter contre la désinformation et protéger l'intégrité des élections.

En matière de désinformation, le Plan d'action pour la démocratie européenne:

- améliorera la boîte à outils existante de l'UE pour lutter contre les ingérences étrangères dans notre espace de l'information, en prévoyant de nouveaux instruments permettant d'imposer des sanctions financières aux auteurs;
- orientera les efforts en vue de transformer le Code de bonnes pratiques contre la désinformation en un cadre de co-régulation des obligations et des responsabilités des plateformes en ligne, conformément à la future législation sur les services numériques.

6. Le Règlement sur les services numériques (Digital Services Act)

Face aux géants du numérique, la Commission européenne a dévoilé, fin 2020, sa stratégie de réforme législative sur les marchés et les services numériques. La nouvelle législation européenne se composera de deux volets:

- le *Digital Services Act* (DSA), axé sur les utilisateurs;
- le *Digital Markets Act* (DMA), axé sur la compétitivité.

Le règlement sur les services numériques (DSA) regroupe un ensemble de textes européens visant à moderniser la directive 2000/31/CE sur le commerce électronique de juin 2000.

Il prévoit notamment l'encadrement des plateformes et des réseaux sociaux afin de mieux lutter contre la haine en ligne et la désinformation et impose des obligations inédites de transparence des algorithmes et de modération des contenus.

Les règles des mécanismes de mise en conformité seront aussi clarifiées: uniformisation et harmonisation des règles d'exemption de responsabilité, spécification du régime de

responsabilité de la plateforme et une plus grande sécurité juridique dans les interactions avec les autorités nationales.

Le DSA contient par ailleurs un cadre juridique permettant de sanctionner les plateformes qui ne prennent pas suffisamment de mesures pour contrer la désinformation.

Le DSA et le DMA doivent désormais être discutés devant le Parlement européen et le Conseil de l'Union européenne dans la poursuite de la procédure législative ordinaire, pour une adoption prévisionnelle en 2022.

e) L'OTAN

La Division civilo-militaire «Renseignement et sécurité» de l'Alliance comprend une branche consacrée à l'analyse des menaces hybrides.

Celle-ci travaille également à contrer la désinformation, en développant un contre narratif basé sur les faits tant sur internet que via les médias traditionnels.

Un centre d'excellence pour la communication stratégique, «satellite» de l'OTAN a été créé à Riga en 2014. Il se penche aussi sur les questions de manipulations de l'information et d'opérations d'influence extérieures.

f) Autres initiatives

Enfin, citons une initiative innovante prise conjointement par le département Digital, Culture, Média et Sport du Royaume-Uni et le département d'État américain *Global Engagement Centre*, appelée le «*Tech Challenge to Combat Disinformation*».

Il s'agit d'un concours pour start-ups qui, grâce aux nouvelles technologies, participent à la lutte contre la désinformation. Le gagnant reçoit un montant de 250 000 dollars pour développer son produit.

E. La législation pertinente

1) La protection de la liberté d'expression

La Constitution prévoit que toute personne bénéficie de la liberté d'expression.

Ce droit est garanti par la liberté d'expression (article 19 de la Constitution) et la liberté de la presse (article 25 de la Constitution). L'article 150 de la Constitution traite du délit de presse.

Ces libertés sont garanties sauf en cas d'infractions commises à l'occasion de l'exercice de ces libertés.

Article 19 de la Constitution:

«La liberté des cultes, celle de leur exercice public, ainsi que la liberté de manifester ses opinions en toute matière, sont garanties, sauf la répression des délits commis à l'occasion de l'usage de ces libertés.»

Article 25 de la Constitution:

«La presse est libre; la censure ne pourra jamais être établie; il ne peut être exigé de cautionnement des écrivains, éditeurs ou imprimeurs. Lorsque l'auteur est connu et domicilié en Belgique, l'éditeur, l'imprimeur ou le distributeur ne peut être poursuivi.»

Article 150 de la Constitution:

«Le jury est établi en toutes matières criminelles et pour les délits politiques et de presse, à l'exception des délits de presse inspirés par le racisme ou la xénophobie.»

2) Limites à la liberté d'expression

La liberté d'expression n'est pas illimitée. Une opinion peut être librement exprimée tant qu'elle ne se concrétise pas par un comportement malveillant. L'incitation à la haine et à la violence est toujours interdite en vertu du droit pénal.

Voici un aperçu de la législation pertinente et des critères qu'elle protège:

- Loi antiracisme du 30 juillet 1981

La nationalité, une prétendue race, la couleur de peau, l'ascendance ou l'origine nationale ou ethnique.

- Loi du 10 mai 2007 tendant à lutter contre certaines formes de discrimination (Loi anti-discrimination)

L'âge, l'orientation sexuelle, l'état civil, la naissance, la fortune, la conviction religieuse ou philosophique, la conviction politique, la conviction syndicale, la langue, l'état de santé actuel ou futur, un handicap, une caractéristique physique ou génétique ou l'origine sociale.

- Loi du 10 mai 2007 tendant à lutter contre la discrimination entre les femmes et les hommes (Loi «Genre»)

Le sexe.

- Loi du 23 mars 1995 tendant à réprimer la négation, la minimisation, la justification ou l'approbation du génocide commis par le régime national-socialiste allemand pendant la seconde guerre mondiale (Loi «Négationnisme»)

- Loi du 22 mai 2014 tendant à lutter contre le sexisme dans l'espace public et modifiant la loi du 10 mai 2007 tendant à lutter contre la discrimination entre les femmes et les hommes afin de pénaliser l'acte de discrimination (Loi «Sexisme»)



RECOMMANDATIONS

A. Général

1. Le Sénat recommande d'articuler la lutte contre la désinformation autour de deux axes:

- combattre activement la désinformation par une détection, divulgation et réfutation intensives;
- renforcer la vigilance et la résistance des citoyens à l'égard de la désinformation.

2. Le Sénat recommande à cet égard de veiller à sauvegarder un équilibre entre d'une part, la lutte contre la désinformation et d'autre part, le respect des droits fondamentaux, en particulier la liberté d'expression.

3. Le Sénat insiste sur la nécessité d'une coopération entre tous les niveaux de pouvoir (européen, fédéral, régional et local) en la matière.

B. Acteurs dans la diffusion de la désinformation

1) Les médias sociaux et les plateformes

4. Le Sénat recommande de prendre au sérieux l'importance des réseaux sociaux, qui peuvent être de véritables «chambres d'écho», auprès des citoyennes et citoyens en matière de désinformation.

5. Le Sénat recommande d'étudier, en collaboration avec la Commission européenne, le modèle de revenus de la désinformation, en vue d'un contrôle renforcé des publicités.

6. Le Sénat recommande d'examiner des méthodes permettant de limiter l'incidence négative des algorithmes (cf. la création de bulles d'information) et la possibilité qu'une autorité les impose aux sociétés de médias sociaux.

7. Le Sénat recommande d'examiner de quelle manière l'on peut éviter que des plateformes de médias sociaux aient à juger elles-mêmes de la légalité des messages diffusés par leurs utilisateurs.

8. Le Sénat recommande de vérifier dans quelle mesure un projet en matière de *middleware* peut être introduit pour améliorer la lutte contre la désinformation.

Au moyen d'un *middleware* indépendant, les utilisateurs de plateformes de médias sociaux peuvent choisir eux-mêmes les informations qui doivent leur être présentées par ces plateformes.

9. Le Sénat recommande d'inciter les plateformes de médias sociaux à limiter la portée d'un message ayant été identifié, après vérification des faits, comme étant de la désinformation, et à indiquer clairement que ledit message est de la désinformation.

10. Le Sénat recommande d'accorder, sur les plateformes de médias sociaux, un label aux informations publiées par les médias qui sont membres d'un organe d'autorégulation reconnu (comme le Conseil de déontologie journalistique). L'utilisateur est ainsi assuré que l'information satisfait à tous les critères d'un journalisme indépendant et véridique.

11. Le Sénat recommande que les plateformes de médias sociaux participent activement à l'information des citoyens sur la manière dont elles sélectionnent et diffusent des messages, ainsi que sur la façon dont les citoyens peuvent découvrir un cas de désinformation.

12. Le Sénat recommande que les sociétés de médias sociaux accroissent la transparence de leur politique concernant les critères de suppression des messages et publicités politiques.

13. Le Sénat recommande que les sociétés de médias sociaux se concertent et fassent preuve de transparence quant à leurs politiques respectives visant à lutter contre la propagation de la désinformation..

2) Les partis politiques

14. Le Sénat recommande de maintenir la responsabilité légale des partis politiques à l'égard des informations qu'ils partagent ou diffusent.

15. Le Sénat recommande de compléter les codes de déontologie des mandataires politiques par l'obligation de s'abstenir de diffuser délibérément de la désinformation.

16. Le Sénat recommande que, dans le cadre des lois sur la reconnaissance et sur le financement des partis, il soit mentionné explicitement que les partis politiques doivent continuer à ne pas utiliser de robots, à ne pas utiliser de faux comptes et à être légalement responsables.

17. Le Sénat recommande de prévoir une obligation de transparence:

- dans le chef des partis politiques lorsqu'ils diffusent de la publicité politique;
- dans le chef de tous les réseaux sociaux lorsqu'ils diffusent des contenus à caractère politique contre rémunération.

18. Le Sénat recommande d'apporter une attention particulière à la nécessité de renforcer la résistance des candidats politiques à la désinformation, au dénigrement, aux discours de haine, etc., dont les femmes sont plus particulièrement victimes.

3) Les influenceurs

19. Le Sénat recommande d'élaborer un cadre conventionnel avec les influenceurs en ce qui concerne la manière dont ils traitent la désinformation.

C. Acteurs dans la lutte contre la désinformation

1) Les services de sécurité

20. Le Sénat recommande de dégager davantage de moyens humains et matériels pour la Sûreté de l'État ainsi que pour d'autres services de sécurité, afin de leur permettre de réagir plus efficacement et plus rapidement face aux *early adopters* (adopteurs précoces) de la désinformation.

21. Le Sénat recommande de mettre en place une procédure permettant à la Sûreté de l'État d'avertir les gouvernements et les médias belges concernés lorsqu'elle découvre des campagnes de désinformation.

2) Les médias traditionnels

22. Le Sénat recommande de prévoir des moyens d'action renforcés au niveau de la régulation et de l'autorégulation, d'encourager une information correcte, et de permettre le développement d'outils de vérification des informations.

23. Le Sénat recommande de veiller à une pluralité suffisante du paysage médiatique, en ce qui concerne tant les médias classiques que les médias numériques.

24. Le Sénat recommande d'adapter au contexte actuel la loi du 30 décembre 1963 relative à la reconnaissance et à la protection du titre de journaliste professionnel, en revalorisant cette profession et les facilités dont elle bénéficie.

25. Le Sénat recommande d'aider à promouvoir et à soutenir, en collaboration avec le secteur des médias, les initiatives de soutien au journalisme de qualité.

26. Le Sénat recommande que la formation de base des professionnels de la communication mette l'accent sur la déontologie journalistique et la critique des sources et qu'elle contienne des outils de décodage et de vérification des faits.

27. Le Sénat recommande de soutenir activement la vérification des faits et le journalisme d'investigation, tant des médias privés que des médias publics.

28. Le Sénat recommande d'améliorer les instruments technologiques de vérification des faits.

29. Le Sénat recommande de vérifier les faits à une plus grande échelle au niveau européen, dans tous les pays et dans toutes les langues de l'Union.

30. Le Sénat recommande de mieux harmoniser les initiatives existantes de vérification des faits dans notre pays et de renforcer la coopération.

3) Les citoyens

31. Le Sénat recommande de lancer un projet pilote concernant l'intégration d'un bouton «en savoir plus», qui permet aux utilisateurs de plateformes d'information numériques de consulter facilement d'autres sources d'information sur le même sujet.

32. Le Sénat recommande d'investir encore davantage dans l'éducation aux médias des jeunes et des moins jeunes. Il s'agit de leur permettre de comprendre l'information mais aussi les mécanismes qui sous-tendent la diffusion de l'information par le biais des plateformes des médias.

33. Le Sénat recommande de donner aux citoyens les outils et les ressources nécessaires pour qu'ils soient capables de gérer la désinformation et surtout de trouver des contenus journalistiques et informatifs de qualité.

34. Le Sénat recommande de fournir aux utilisateurs des médias sociaux des outils plus variés et plus performants afin qu'ils puissent détecter et signaler eux-mêmes des contenus inexacts ou fallacieux.

35. Le Sénat recommande de soutenir activement les initiatives transversales en matière d'éducation aux médias. Ces initiatives doivent s'appuyer sur les projets existants et accroître les capacités des citoyens pour qu'ils soient à même, grâce aux outils nécessaires mis à leur disposition, de participer et de se défendre dans une société médiatisée en mutation rapide. Il est indiqué, dans ce contexte, de soutenir davantage l'inclusion numérique pour que personne ne reste sur la touche.

36. Le Sénat recommande également de soutenir activement le traitement de l'actualité en classe, en mettant l'accent sur les médias numériques, ainsi que les coachs chargés de l'éducation aux médias, lesquels doivent nouer le dialogue avec les enseignants et les jeunes. D'autre part, ces coachs doivent veiller à ce que les ressources offertes aux écoles en matière d'éducation aux médias soient soutenues suffisamment et de manière structurelle.

37. Les projets relatifs à l'éducation aux médias doivent être contrôlés et évalués de manière efficace. C'est la seule manière, pour les autorités publiques, de bien suivre l'évolution des résultats.

Le Sénat recommande dès lors que nos communautés participent activement aux enquêtes fédérales et européennes et qu'elles dégagent des moyens suffisants grâce à un financement stable.

38. Le Sénat recommande de rendre les statistiques de l'Institut national de statistique (INS), de *Statistiek Vlaanderen* et de WalStat plus accessibles et plus lisibles pour le grand public pour que les citoyens puissent aisément trouver des données statistiques objectives.

39. Le Sénat recommande de mener une vaste campagne d'information sur les dangers de la désinformation, notamment pour notre démocratie.

Cette campagne d'information doit notamment rappeler que la désinformation peut viser, entre autres, à faire changer d'avis une population ou à l'influencer sur des thèmes de société et à déstabiliser notre démocratie.

40. Le Sénat recommande de recenser les services les plus aptes à mener une telle campagne de sensibilisation et d'information.

41. Le Sénat recommande de se montrer particulièrement attentif à la lutte contre la fracture numérique et au renforcement des compétences numériques.

Les publics jeunes, mais aussi les plus âgés ainsi que les personnes qui, pour différentes raisons, n'ont pas les compétences d'écriture ou numériques nécessaires, ou qui n'y ont pas accès, doivent être particulièrement visés dans ces efforts.

42. Le Sénat recommande aux autorités locales d'investir dans des espaces publics numériques accessibles, permettant d'avoir accès à des outils informatiques avec l'encadrement nécessaire.

Cette initiative peut être organisée en collaboration avec des entreprises, des écoles, des maisons de retraite et de soins, des bibliothèques, des organisations contre la pauvreté et autres.

4) L'intelligence artificielle

43. Le Sénat recommande d'investir dans des techniques et technologies, comme l'intelligence artificielle, permettant d'identifier et de signaler la désinformation.

5) La recherche scientifique

44. Le Sénat recommande de soutenir la recherche scientifique concernant les mécanismes et l'origine de la désinformation.

45. Le Sénat recommande d'approfondir la recherche scientifique sur la propagation de la désinformation au sein de réseaux fermés.

46. Le Sénat recommande que la Commission européenne et les autorités de notre pays mettent davantage de données à la disposition de nos chercheurs, afin d'aboutir à une vision plus claire de la désinformation.

D. Lutte contre la désinformation aux niveaux européen et international

47. Le Sénat recommande d'intensifier la coopération internationale dans la lutte contre la désinformation.

48. Le Sénat demande au gouvernement fédéral d'encourager l'Union européenne à renforcer sa lutte contre la désinformation, en soutenant notamment le Service européen pour l'action extérieure (SEAE) dans ses recherches, ses actions de sensibilisation et de renforcement de la résilience, ou encore dans sa communication stratégique.

49. Le Sénat recommande également de poursuivre les efforts, en collaboration avec la Commission européenne et le SEAE, pour lutter, par le biais du mécanisme EUvsDisinfo, contre la désinformation en provenance de la Fédération de Russie.

50. Le Sénat recommande de demander à la Commission européenne d'envisager une adaptation de ce mécanisme et son extension à la lutte contre la désinformation en provenance de tous les pays qui cherchent à miner la démocratie.

51. Le Sénat recommande de mettre en œuvre le Plan d'action pour la démocratie européenne du 2 décembre 2020, en améliorant le Code de conduite européen contre la désinformation et en le traduisant en obligations imposées aux plateformes en ligne.

52. Le Sénat recommande que la Belgique suive avec attention l'avancement du *Digital Services Act* (DSA).

53. Le Sénat recommande de demander à la Commission européenne de prendre une initiative afin d'exiger des plateformes de médias sociaux qu'elles fassent preuve de davantage de transparence sur les techniques qu'elles utilisent pour diffuser des informations (par exemple, les algorithmes et le fonctionnement de la boîte noire).

La Commission européenne doit inciter les sociétés de médias sociaux à adapter leurs algorithmes de recommandation, afin que les messages contenant de la désinformation ne soient plus promus.



IV. AUDITIONS

La commission a entendu les personnes et instances suivantes:

a) Le 22 juin 2020:

- Professeur Peter Van Aelst, professeur en sciences politiques, Université d'Anvers (UA);
- M. Nicolas Vanderbiest, directeur des opérations, agence *Saper Vedere*.

b) Le 10 juillet 2020:

- Professeur Lieven De Marez, *Research director, Research Group for Media, Innovation and Communication Technologies*, Université de Gand;
- Professeur Michaël Opgenhaffen, *Instituut voor Mediastudies, KU Leuven*;
- Dr. Chris Aalberts, département Médias et Communication, Université Erasmus Rotterdam.

c) Le 5 octobre 2020:

- M. Pol Deltour, secrétaire national de la *Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ)* et de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB);
- M. Pieter Knapen, secrétaire général et médiateur du *Raad voor de Journalistiek (RvJ)* ;
- Mme Muriel Hanot, secrétaire générale du Conseil de déontologie journalistique;
- Mme Martine Simonis, secrétaire générale de l'Association des journalistes professionnels (AJP) et secrétaire nationale de l'Association générale des journalistes professionnels de Belgique (AGJPB);
- M. Grégoire Ryckmans, collaborateur au projet Faky, RTBF.

d) Le 9 novembre 2020:

- Dr. Alexandre Bovet, *Postdoctoral Research Associate, Mathematical Institute, University of Oxford*;
- Professeur dr. Steve Paulussen, chargé de cours principal en médias et journalisme, Université d'Anvers.

e) Le 27 novembre 2020:

- Professeur dr. Ben O'Loughlin, professeur en relations publiques, *Department of Politics and International Relations, Royal Holloway, University of London*;
- Dr Sofia Collignon, professeur-assistant en Communication politique, *Department of Politics and International Relations, Royal Holloway, University of London*;
- M. Peter Lanssens, Sûreté de l'État (VSSE).

f) Le 18 janvier 2021:

- M. Mathieu Michel, secrétaire d'État à la Digitalisation;
- M. Lutz Güllner, *Head of Division Strategic Communications and Information Analysis, EEAS*;
- M. Edo Haveman, manager Politique publique Benelux chez Facebook;
- M. Marco Pancini, Directeur Politique publique chez YouTube (Google);
- M. Nikolaos Deligiannis, *Professor en Machine Learning and Signal Processing, Department of Electronics and Informatics (ETRO) - Vrije Universiteit Brussel - imec*.

g) Le 1^{er} février 2021:

- M. Patrick Verniers, directeur du service d'appui au Conseil supérieur de l'éducation aux médias;
- Major Nathalie Ketelslegers, ministère de la Défense.

h) Le 22 février 2021:

- M. Benjamin Dalle, ministre flamand des Affaires bruxelloises, des Médias et de la Jeunesse;
- Mme Bénédicte Linard, vice-présidente du gouvernement de la Communauté française, ministre de l'Enfance, de la Santé, de la Culture, des Médias et des Droits des Femmes;
- M. Guy De Pauw, CEO et cofondateur de Textgain.



LES RAPPORTS D'INFORMATION DU SÉNAT

Tous les rapports d'informations sont disponibles sur le site:
<https://www.senate.be/rapportsdinformation>

LÉGISLATURE 2019 - ...



Rapport d'information sur la nécessaire modernisation de notre système démocratique en complétant la démocratie représentative par une participation accrue des citoyens dans la prise de décisions aux différents niveaux de pouvoir ainsi qu'au sein de la société

([dossier 7-117](#)) - Adopté le 18 juin 2021

