

Covid-19. L'ampleur de la « seconde maladie », la « désinfodémie »

Description

Des statistiques émanant de sources indépendantes des plateformes internet donnent une idée de l'importance du phénomène, quant au volume de la propagation des fausses nouvelles. Nombreuses sont les initiatives, privées comme publiques, qui se sont engagées dans la bataille.

Deux vocables sont nés pour décrire le chaos informationnel lié à la pandémie de coronavirus. Le premier, l'infodémie, désigne la surabondance, le « déluge » d'informations, que celles-ci soient vraies ou fausses, concernant la Covid-19. Le second, la « désinfodémie », décrit plus spécifiquement la production et la propagation « toxiques » de mensonges, sans intention de nuire à autrui (mésinformation) ou, au contraire, avec malveillance (désinformation).

« Alors que l'information donne du pouvoir, la désinfodémie en prive », écrivent les auteurs de *Journalisme, liberté de la presse et Covid-19*, note publiée par l'Unesco à l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020. Ce document fournit notamment des statistiques pour décrire « l'ampleur massive » du phénomène des fausses informations liées à la Covid-19 sur les médias sociaux, les messageries et les moteurs de recherche, foyers de la désinfodémie :

- 40 % des 112 millions de tweets postés en 64 langues dans le monde entier, entre le 21 janvier et le 10 mars 2020, ont été produits par des robots, soit le double de l'estimation faite quatre ans auparavant, et l'analyse de 20 millions d'URL identifiables extraites des tweets montre qu'environ 50 % n'étaient pas fiables, selon une analyse par apprentissage automatique réalisée par Covid19obs – l'Observatoire de l'infodémie Covid-19 soutenu par la fondation Bruno Kessler (Italie).
- Un tiers des utilisateurs des médias sociaux ont déclaré avoir vu des informations fausses ou trompeuses, selon une étude de l'Institut Reuters réalisée fin mars et début avril 2020 dans six pays (Argentine, Allemagne, Corée du Sud, Espagne, Royaume-Uni et États-Unis). En outre, les personnes qui s'informent principalement par le biais des médias sociaux sont plus susceptibles d'être exposées à des contenus erronés – 18 % des adultes américains sont « *social media first* », d'après le Pew Research Center.
- 40 millions de publications problématiques identifiées sur Facebook en mars 2020 ont fait l'objet d'avertissements, et des centaines de milliers d'éléments de mésinformation ont été supprimés, selon la plateforme.
- 38 % des 50 millions de tweets postés par 13 millions de personnes, du 27 février au 12 mars 2020, étaient des contenus manipulés, selon Blackbird.AI, spécialiste de l'analyse des *fake news*.
- 238 sites web d'actualité et d'information aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Italie et en Allemagne étaient classés « en rouge » à la mi-juin 2020 pour publication de fausses nouvelles. Cette

classification à été effectuée par l'extension de navigateur internet NewsGuard, lequel a par ailleurs retrouvé l'origine des treize mythes les plus populaires sur la Covid-19 afin d'en comprendre la propagation, à l'image de « *la Covid-19 a été volée dans un laboratoire canadien par des espions chinois* » ou « *la technologie cellulaire 5G est liée à la pandémie de coronavirus* ».

- 6 600 informations fausses ou trompeuses, dans plus de 70 pays et au moins 40 langues, ont été réfutées à la mi-juin 2020 par l'Alliance CoronaVirusFacts de l'International Fact-Checking Network (IFCN) du Poynter Institute (Floride).

Outre la fausseté des informations propagées, la « désinfodémie » véhicule des contenus émotionnels et entretient ainsi la xénophobie, le racisme et la haine, d'autant plus aisément qu'elle transite par des acteurs internet influents, explique l'Unesco.

La monétisation des contenus, pilier de leur modèle économique, a transformé les médias sociaux à la fois en champions et en combattants de la désinfodémie. Après avoir déclaré, le 16 mars 2020, leur engagement commun à lutter contre la désinformation liée aux coronavirus, Facebook, Google, LinkedIn, Microsoft, Reddit, Twitter et YouTube ont mis en œuvre leurs parades ordinaires – « *peut-être même à une plus grande échelle et à une plus grande vitesse qu'avec d'autres types de faux contenus dans le passé* » note l'Unesco – telles que la modération des contenus, la réorientation des internautes vers de sources sûres, le bannissement des publicités frauduleuses, ainsi qu'un soutien financier aux médias et journalistes vérificateurs des faits. Sur ce dernier point, l'Unesco fait remarquer que ces aides sont d'un bien faible montant au regard des revenus des plateformes internet et, surtout, qu'elles ne compensent pas la baisse des recettes publicitaires des médias, préexistante à la crise sanitaire.

Tout en pointant l'impossibilité de vérifier les performances de modération annoncées par les plateformes internet elles-mêmes, l'Unesco relaie notamment les résultats d'une étude menée en mars 2020 par l'ONG de cyber-militants Avaaz.org, portant sur plus de 100 contenus de désinformation publiés en six langues, jugés faux et trompeurs par des vérificateurs de faits indépendants. Partagées plus de 1,7 million de fois, ces fausses nouvelles ont été consultées environ 117 millions de fois sur Facebook. Malgré le signalement d'Avaaz.org, plus de 40 % de ces fausses nouvelles ont été maintenues en ligne sans étiquette d'avertissement, les deux tiers d'entre elles ayant pourtant été discréditées par les partenaires *fact-checkers* du réseau social. Il peut s'écouler jusqu'à 22 jours avant que Facebook n'appose un avertissement sur ces contenus, avec une réaction plus prompte pour les contenus en anglais, 29 % restant cependant sans étiquette d'avertissement, contre 68 % des contenus en italien et 70 % de ceux en espagnol.

L'Institut Reuters, quant à lui, a démontré que sur 225 cas de mésinformation, entre janvier et fin mars 2020, 59 % des publications considérées comme fausses par les vérificateurs de faits restaient en ligne sur Twitter, 27 % sur YouTube et 24 % sur Facebook, et cela sans étiquette d'avertissement.

Comme le souligne David Kaye, rapporteur spécial des Nations unies sur la liberté d'opinion et d'expression, « *les entreprises [internet] ne devraient pas être les arbitres de la vérité, mais elles peuvent toujours adopter une position ferme et claire contre la diffusion de mensonges dans leur contenu, leurs publicités et leurs services de recherche* »

À l'occasion de la Journée mondiale de la liberté de la presse 2020, la Commission internationale sur l'information et la démocratie, créée à l'initiative de Reporters sans frontières ([voir La rem n°49, p.68](#)), a interpellé les dirigeants des plateformes numériques et des réseaux sociaux. Dans une tribune publiée par *Le Monde*, ses membres* invitent à œuvrer efficacement « *pour garantir le droit à l'information fiable, constitutif de la liberté d'opinion et d'expression* ».

Extraits :

« Pour l'organisation de l'espace public, les sociétés que vous dirigez, Google, Facebook, Apple, Twitter, Microsoft, Amazon (et autres), ont aujourd'hui les pouvoirs des Parlements et des tribunaux. Comme « le code est la loi » et que les conditions d'utilisation ne sont pas négociables, vous définissez le cadre et les règles de la délibération publique, rôle dévolu normalement à nos représentants.

Mais vous n'êtes pas soumis aux procédures ni aux obligations de transparence imposées aux lois et au fonctionnement des États démocratiques. Vous avez un impact énorme sur nos sociétés, nos libertés et nos vies, sans être responsables pour l'essentiel.

[...] le chaos informationnel imputable à l'absence d'obligations menace la vie démocratique, la concorde civile, la pérennité des médias d'information, et tout simplement la capacité de chacun à distinguer le vrai du faux ou à s'extraire de ses chambres d'écho.

[...] Pour inscrire l'activité de vos entreprises dans le respect et la promotion du « bien commun », pour respecter le devoir de vigilance qui vous incombe, il vous faudra appuyer votre action sur des initiatives collaboratives fondées sur des logiques de principes. Nous vous invitons à promouvoir les sources d'information fiables dans l'indexation algorithmique de manière structurelle, par exemple en mettant en œuvre la Journalism Trust Initiative (JTI), un projet d'autorégulation lancé par Reporters sans frontières (RSF) qui a fait l'objet d'un travail collaboratif de 120 médias, syndicats, organisations de défense des droits, associations de consommateurs et plates-formes numériques.

[...] Les projets que vous avez lancés ou soutenus ne suffiront pas, car ils visent à endiguer des phénomènes quand c'est le cadre lui-même qu'il faut repenser. Nous vous appelons à un grand saut pour contribuer à la mise en œuvre d'un cadre global propice à une délibération publique ouverte, tolérante et la plus intègre possible. »

* Emily Bell, directrice du Tow Center for Digital Journalism (Columbia University) ; Teng Biao, avocat et défenseur des droits de l'homme ; Nighat Dad, fondatrice de la Digital Rights Foundation ; Mireille Delmas-Marty, professeur émérite au Collège de France ; Christophe Deloire, secrétaire général de Reporters sans frontières (RSF) ; Can Dündar, ancien rédacteur en chef du quotidien turc *Cumhuriyet* ; Shirin Ebadi, lauréate du prix Nobel de la paix ; Ulrik Haagerup, fondateur et directeur du Constructive Institute ; Hauwa

Ibrahim, avocate, lauréate du prix Sakharov ; Francis Fukuyama, essayiste, professeur à Stanford ; Antoine Petit, président du CNRS ; Navi Pillay, juriste, ancienne haut-commissaire aux droits de l'homme de l'ONU ; Maria Ressa, directrice générale du site Rappler ; Amartya Sen, lauréat du prix Nobel d'économie ; Joseph Stiglitz, lauréat du prix Nobel d'économie ; Mario Vargas Llosa, lauréat du prix Nobel de littérature ; Aidan White, fondateur de l'Ethical Journalism Network ; Mikhail Zygar, journaliste, auteur.

Sources :

- « Fighting the Infodemic : The #CoronaVirusFacts Alliance », The Poynter Institute, poynter.org
- Coronavirus Misinformation Tracking Center, NewsGuard, newsguardtech.com
- Covid-19 (Coronavirus) Disinformation Report, Blackbird.AI, www.blackbird.ai
- Covid-19 Infodemics, A report on the current state of (dis-) information, Manlio De Domenico, Pierluigi Sacco, Covid19 Infodemics Observatory, Complex Multilayer Networks, Bruno Kessler Fondation, comunelab.fbk.eu, March 9, 2020.
- « Americans who primarily get news through social media are least likely to follow Covid-19 coverage, most likely to report seeing made-up news », Mark Jurkowitz and Amy Mitchell, Pew Research Center, journalism.org, March 25, 2020.
- « Types, sources, and claims of Covid-19 misinformation », Dr. J. Scott Brennan, Felix Simon, Dr Philip N. Howard, Professor Rasmus Kleis Nielsen, Reuters Institute, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, April 7, 2020.
- « How Facebook can Flatten the Curve of the Coronavirus Infodemic », Avaaz.org, April 15, 2020.
- « Navigating the « infodemic » : how people in six countries access and rate news and information about coronavirus », Professor Rasmus Kleis Nielsen, Dr Richard Fletcher, Nic Newman, Dr. J. Scott Brennan, Dr Philip N. Howard, Reuters Institute, reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, April 15, 2020.
- « Nous appelons les géants du Web à un sursaut décisif pour le droit à l'information fiable », Collectif, lemonde.fr, 2 mai 2020.
- Journalisme, liberté de la presse et Covid-19, Note thématique dans la série UNESCO – Tendances mondiales en matière de liberté d'expression et de développement des médias, 3 mai 2020.

Categorie

1. Usages

date créée

6 août 2020

Auteur

françoise