

## Désinformation et propagande: incidence sur le fonctionnement de l'état de droit dans l'Union européenne et ses États membres

### Résumé

La présente étude, commandée par le département thématique des droits des citoyens et des affaires constitutionnelles du Parlement européen, et demandée par la commission des libertés civiles, de la justice et des affaires intérieures (LIBE), évalue l'incidence de la désinformation et de la propagande politique à des fins stratégiques qui se répandent sur les médias sociaux en ligne. Elle examine leurs effets sur le fonctionnement de l'état de droit, de la démocratie et des droits fondamentaux dans l'Union européenne et ses États membres.

L'étude formule des recommandations sur la manière de combattre ces phénomènes, qui représentent une menace pour les droits de l'homme, la démocratie et l'état de droit. Elle aborde plus particulièrement le rôle des fournisseurs de plateformes de médias sociaux à cet égard.

### Champ de l'étude

La présente étude examine les causes de la désinformation et de la propagande ainsi que l'incidence de ces phénomènes sur la démocratie, les droits de l'homme et l'état de droit dans l'Union européenne. Elle analyse comment les nouvelles technologies ont transformé le fonctionnement et la structure de la sphère publique démocratique en général, et étudie en particulier les récents cas de campagnes de désinformation et de propagande à la lumière de leur ingérence dans les processus démocratiques en manipulant l'opinion publique, ainsi que les initiatives législatives internationales, nationales et d'autorégulation à cet égard (présentées ci-après). Enfin, elle recommande des mesures politiques visant à corriger les mécanismes qui sous-tendent les phénomènes examinés.

Les représentants du monde universitaire, les décideurs politiques et les journalistes utilisent différents termes pour décrire ce que l'on appelle communément les fausses informations («fake news»). Dans le cadre d'une analyse comparative d'un ensemble de sources interdisciplinaires, les auteur(e)s de l'étude **utilisent les termes «désinformation» et «propagande» pour désigner un contenu qui est faux et publié dans le but de produire un effet politico-stratégique sur une question d'intérêt public.**

Auteur(e)s: Judit BAYER (Budapest Business School), Natalija BITIUKOVA (consultante indépendante), Petra BÁRD (Université d'Europe centrale), Judit SZAKÁCS (Centre pour les médias, les données et la société de l'Université d'Europe centrale), Alberto ALEMANNI, (HEC Paris), Erik USZKIEWICZ (Hungarian Europe Society)

Administratrice de recherche responsable: Marion SCHMID-DRÜNER

Département thématique des droits des citoyens et des affaires constitutionnelles

Direction générale des politiques internes

PE 608.864 – Mars 2019



À partir d'une recherche sur les «post-vérités» médiatiques en général, les auteurs ont limité l'objet de l'étude en omettant volontairement la désinformation diffuse, les théories de complot et le trolling non rémunéré ainsi que la propagande hors ligne et les discours de haine. La désinformation dont il est question peut émaner de cercles gouvernementaux comme d'acteurs non étatiques, nationaux ou étrangers. **Les éléments de la désinformation et de la propagande** résident dans le fait que de telles informations: i) sont totalement ou partiellement fausses, manipulées ou trompeuses, ou utilisent des techniques de persuasion contraires à l'éthique;; ii) concernent une question d'intérêt public; iii) visent à créer un climat d'insécurité, d'hostilité ou de polarisation, ou cherchent à perturber les processus démocratiques;; et iv) sont propagées et/ou amplifiées au moyen de techniques automatisées et agressives, comme des robots sociaux (bots), l'intelligence artificielle (IA), des «trolls» de microciblage ou des «trolls» humains rémunérés, souvent utilisés pour renforcer la visibilité publique.

## État des lieux

Les vastes campagnes de désinformation de ces quatre dernières années illustrent l'ingérence dans les processus démocratiques qui aurait notamment eu lieu lors des élections et des référendums. Tirer des conclusions définitives de ces récents événements dépasserait le champ de cette étude, mais le lecteur pourra toutefois se faire une idée de la question. Il est à noter qu'une **relation précise de cause à effet entre la désinformation et l'opinion publique et le comportement électoral des individus n'a pas encore été démontrée scientifiquement**.<sup>1</sup> Néanmoins, l'effet des contenus médiatiques sur le public a été grandement contesté par rapport aux médias traditionnels, et diverses expériences psychologiques ont corroboré des théories contradictoires<sup>2</sup>, même si cette ambiguïté n'a pas empêché la réglementation légitime des médias de masse.

Selon une récente étude, un fossé générationnel considérable se dessine: les personnes de plus de 65 ans partagent sept fois plus de fausses informations que les jeunes utilisateurs<sup>3</sup>. En outre, la perte de popularité de Facebook et la popularité croissante de services de messageries comme Snapchat<sup>4</sup> peuvent également indiquer que le phénomène des fausses informations, qui a dominé les préoccupations du public à l'égard de la démocratie ces dernières années, pourrait prendre une nouvelle direction.

**L'étude examine le cadre juridique des plateformes de médias sociaux, notamment leur place et la responsabilité qu'elles assument dans l'ordre juridique, parmi divers prestataires de services de la société de l'information.** Elle constate que les services de médias sociaux, qui ont vu le jour après l'an 2000, ne sont pas définis et que leur responsabilité n'est pas établie de manière cohérente par les instruments juridiques pertinents. Ces instruments sont la directive sur le commerce électronique, la directive «Services de médias audiovisuels», la directive «Vie privée et communications électroniques» et la proposition de règlement sur la vie privée et les

---

<sup>1</sup> Roozenbeek, J., van der Linden, S., «The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation», p. 3-4, consultable l'adresse suivante: [https://www.cam.ac.uk/sites/www.cam.ac.uk/files/fakenews\\_latest\\_jrr\\_aaas.pdf](https://www.cam.ac.uk/sites/www.cam.ac.uk/files/fakenews_latest_jrr_aaas.pdf).

<sup>2</sup> Voir, entre autres, les théories de la contestation de Harold Lasswell (Le remède miracle, 1927), Paul Lazarsfeld (L'influence en deux étapes, 1948), Joseph Klapper (la perception sélective, 1949), George Gerbner (la théorie de la culture, 1969), McCombs et Shaw (la théorie de l'agenda-setting, 1972), Herman et Chomsky (le filtrage, 1988) et Dayan et Katz (l'effet performatif, 1992).

<sup>3</sup> Guess, A., Nagler, J., Tucker, J., «Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook», *Science Advances*, vol. 5, n° 1, eaau4586., DOI: 10.1126/sciadv.aau4586.

<sup>4</sup> «News in social media and messaging apps», rapport de recherche qualitatif établi pour le Reuters Institute for the Study of Journalism de l'Université d'Oxford, avec l'appui de Google News Initiative, Kantar Media, septembre 2018.

communications électroniques, le code de conduite pour lutter contre les discours haineux illégaux diffusés en ligne, la recommandation de la Commission sur les mesures destinées à lutter de manière efficace contre les contenus illicites en ligne, la communication de la Commission sur la lutte contre la désinformation en ligne, la décision du Conseil européen de mars 2018 et la proposition de règlement relatif à la prévention de la diffusion de contenus à caractère terroriste en ligne. En se basant sur ces textes, l'étude utilise l'expression «prestataires de plateforme» pour désigner les services qui facilitent, organisent et amplifient la transmission de contenus de tiers grâce aux actions de leurs utilisateurs inscrits. Les plateformes existent certes aussi dans d'autres secteurs d'activité (par exemple ebay), et les médias sociaux en sont une sous-catégorie. **À l'instar de nombreux acteurs internationaux de premier plan, dont les Nations Unies, l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) et le Conseil de l'Europe, cette étude défend le point de vue selon lequel ces plateformes ne devraient pas être tenues responsables du contenu de tiers.**

Le contexte des droits de l'homme dans lequel s'inscrit le cadre politique envisagé prend en compte les éléments suivants:

- les actions des Nations unies et les accords internationaux conclus sous son égide, tels que la déclaration commune du rapporteur spécial des Nations unies, du représentant de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE) sur la liberté des médias, du rapporteur spécial de l'Organisation des États américains (OEA) sur la liberté d'expression et du rapporteur spécial de la Commission africaine des droits de l'homme et des peuples (CADHP) du 3 mars 2017 sur la liberté d'expression et les «fausses nouvelles», la désinformation et la propagande;
- le rapport du rapporteur spécial des Nations unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, qui souligne que, **«étant donné leur impact sur la sphère publique, ces sociétés doivent accepter de rendre des comptes»;**
- une lettre ouverte en vertu des mandats du rapporteur spécial des Nations Unies sur la promotion et la protection de la liberté d'opinion et d'expression; et
- les **principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme**, qui établissent la responsabilité incombant à toutes les entreprises de respecter les droits de l'homme<sup>5</sup>.

Des affaires portées devant les tribunaux, telles que les affaires *Delfi c. Estonie*, *MTE et Index c. Hongrie*, et *L'Oréal c. eBay*, ont conduit à la conclusion que la situation juridique des opérateurs de plateforme nécessite une intervention législative.

Les données relatives aux toutes dernières mesures politiques et juridiques élaborées au niveau des États membres et de l'Union européenne pour lutter contre la désinformation et la propagande ont été recueillies et analysées de manière critique. Ces mesures comprennent essentiellement la loi allemande relative à l'application du droit aux réseaux sociaux, la loi française relative à la lutte contre la manipulation de l'information et la loi italienne sur la lutte contre les fausses informations, ainsi que l'initiative de corégulation lancée par gouvernement français et Facebook, le code de bonnes pratiques contre la désinformation en ligne et le plan d'action de la Commission contre la

---

<sup>5</sup> *Principes directeurs relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme: mise en œuvre du cadre de référence des Nations Unies: protéger, respecter et réparer*, Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme (HCDH), Nations unies, 2011, disponible à l'adresse suivante: [https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR\\_FR.pdf](https://www.ohchr.org/Documents/Publications/GuidingPrinciplesBusinessHR_FR.pdf).

désinformation. L'analyse conclut que la **restriction juridique des contenus peut être plus nuisible à la démocratie que la désinformation elle-même.**

Afin de définir le contexte de notre évaluation concernant la manière dont la désinformation et la propagande peuvent avoir une incidence négative sur des élections démocratiques, nous avons procédé à une comparaison de certaines règles nationales relatives aux campagnes électorales afin de déterminer les éléments susceptibles de contrer la désinformation et la propagande. Trois éléments principaux sont ressortis de cette comparaison: i) la réglementation de la publicité politique (comme en Pologne); ii) le contrôle strict du financement des campagnes (comme au Portugal); et iii) le renforcement de la sensibilisation et de l'éducation aux médias (comme en Suède).

## Approche théorique

### L'incidence sur la démocratie

Les activités de désinformation et de propagande **interfèrent avec la démocratie** de deux manières: i) elles **dominent et déforment le discours public** et corrompent le processus de prise de décision démocratique; et ii) lorsque ce processus aboutit à une victoire politique, **la composante politique qui remporte les élections grâce à la manipulation peut faire main basse sur l'État et détruire le système constitutionnel.** Ce processus est très difficile à arrêter une fois que le parti anti-démocratique est au pouvoir, mais il peut être empêché ou ralenti grâce à des outils de démocratie militante: la légitime défense de l'État constitutionnel.

L'émergence des médias sociaux ouvre une nouvelle ère dans la sphère publique (*Öffentlichkeit*)<sup>6</sup>. Ces interfaces de communication conviviales permettent de publier des contenus sans se heurter aux obstacles économiques ou éducatifs habituels; elles facilitent la formation de groupes et la création d'un «village mondial»<sup>7</sup>. Cette discussion décentralisée et horizontale ne peut être contrôlée avec les mêmes instruments que ceux utilisés pour les médias de masse traditionnels, organisés de manière centralisée. Ce vide en matière de contrôle a permis des innovations rapides répondant à des intérêts économiques, et est exploité par des opportunistes politiques. Les auteurs affirment que **si le contenu même d'une communication qui se répand peut difficilement être contrôlé, son architecture, à savoir les algorithmes et les flux de données, devrait pouvoir l'être.**

Le monde globalisé post-moderne se caractérise par des incertitudes politiques et existentielles et par des menaces immatérielles et invisibles (migration, terrorisme, changement climatique, aliments transgéniques, etc.). L'effondrement des architectures hiérarchiques de la transmission des savoirs (par exemple la transmission par les médias, l'éducation et l'Église) a laissé derrière lui un manque de confiance, une culture du relativisme, ainsi que ladite «ère de la post-vérité». La culture du savoir a été remplacée par la culture du risque: un tissu complexe de stratégies collectives se dessine, par lequel la peur, la colère et l'anxiété se créent et se recyclent. **Si les médias sociaux ont en théorie donné la parole à des gens qui n'étaient pas représentés auparavant par les médias traditionnels, leur insatisfaction a été exploitée par des pirates politiques.** La communication populiste relaie les opinions de ces personnes pour amplifier sa propagande manipulatrice. La

---

<sup>6</sup> Habermas, J., *L'Espace public: archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*, MIT Press, 1991 (sixième édition).

<sup>7</sup> McLuhan, M., *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'homme*, MIT Press, 1994 [1964].

rhétorique populiste prétend représenter les défavorisés, mais elle défend en réalité les intérêts d'une autre élite.

### **Incidence sur les droits de l'homme**

L'incidence de la désinformation et de la propagande sur les droits de l'homme se répartit en deux catégories principales: 1) l'incidence sur la protection des données, le respect de la vie privée, la dignité humaine et l'autonomie ; et 2) la violation de la liberté d'expression et du droit à rechercher et recevoir des informations.

- 1) **Incidence sur la vie privée et la protection des données** Le développement de l'activité économique et de l'innovation repose sur l'exploitation et la valorisation des données à caractère personnel. Les modèles commerciaux axés sur les données semblent continuer à se développer grâce à la fourniture de données de la part des plateformes numériques géantes, qui expérimentent l'application de l'intelligence artificielle et de l'apprentissage machine en s'appuyant sur les gigantesques bases de données à caractère personnel qu'elles contrôlent. L'expérimentation des réactions psychologiques de nombreux groupes de personnes devrait être réglementée ou exclue, à l'instar de l'expérimentation biologique.
- 2) **Liberté d'expression et liberté de recevoir des informations** Un discours public ouvert constitue l'une des conditions fondamentales de la démocratie, car c'est ainsi que les citoyens peuvent discuter de leurs affaires communes, former leurs opinions politiques et parvenir en fin de compte à une décision politique (comme voter aux élections). Un discours animé et rationnel, la liberté des médias, la liberté d'expression individuelle et le droit de recevoir des informations sont tout aussi nécessaires. L'environnement médiatique actuel donne aux individus la possibilité d'exprimer leurs idées dès que l'occasion se présente et, à cet égard, le pluralisme des idées est impressionnant. Ce volume considérable d'informations rend la navigation et l'accès à une information fiable difficiles. L'ancienne fonction de contrôle (aujourd'hui affaiblie) exercée par le système des médias comprenait un filtrage grâce à une révision professionnelle, la définition d'un programme et un contrôle par l'élite politique. Ces vérifications souvent critiquées contribuaient également à la stabilité des systèmes démocratiques.

## Les technologies futures

En examinant l'avenir de ces technologies perturbatrices, les auteurs constatent que la dépendance des nouveaux services à l'égard des données à caractère personnel ne fera que s'intensifier. Il en ira de même concernant la capacité à imiter la réalité, par exemple par le biais d'une réalité augmentée ou virtuelle, qui permet à la falsification de tromper le contrôle humain ou le contrôle des machines et de passer inaperçue (comme les trucages vidéo élaborés).

L'apprentissage machine, les analyses démographiques avancées, l'internet des objets ou encore la reconnaissance vocale et faciale semblent accroître davantage la vulnérabilité des humains à l'érosion de la vie privée et contribuer à l'exposition involontaire de leurs données à caractère personnel. **Sans intervention réglementaire, les services commerciaux et les développeurs de technologies porteront l'exploitation des traits psychologiques humains et l'ingénierie sociale vers de nouveaux sommets.** La réglementation devrait fixer les règles du jeu, idéalement en coopération avec un large éventail de parties prenantes et de partenaires mondiaux.

## Conclusions

### Une menace pour la démocratie

Les tendances mondiales indiquent que les phénomènes du populisme et de l'autoritarisme ne sont pas des fléaux isolés dans le système, mais risquent de devenir des systèmes en soi.

C'est pourquoi **des outils visant à renforcer la résilience démocratique doivent être élaborés, protégés et préservés**: une plus grande rigidité du système constitutionnel s'impose afin que les changements de type de gouvernance ne puissent pas toucher aux pierres angulaires du système.

Les recherches montrent que les sources de désinformation ou de propagande au sein des États membres de l'Union européenne sont à la fois des organismes publics, des responsables et des partis politiques, des entrepreneurs privés et des organisations de la société civile. Dans tous les cas, plusieurs gouvernements nationaux semblent avoir un intérêt direct à ne pas aborder la question par le biais de mesures juridiques ou politiques.

**Toutes les mesures qui donnent aux États membres les moyens d'agir peuvent être utilisées pour parvenir à des objectifs opposés entre les mains d'États prisonniers ou d'États autoritaires.** Dans le projet visant à défendre la démocratie libérale, aucune coopération ne peut être attendue de la part des États qui ne sont pas favorables au libéralisme.

### Communication politique

Les médias sociaux ont donné la parole aux classes défavorisées de la société dont les opinions étaient auparavant moins visibles, mais qui ont tendance à être utilisées comme une arme dans le but de partager des contenus manipulateurs. Leur voix ont été reprises par des groupes politiques opportunistes en vue de concrétiser des intérêts politiques particuliers.

Cependant, **les règles de publicité concernant les questions publiques et politiques devraient faire l'objet d'une révision** et d'une harmonisation dans les États membres.

**Les partis politiques devraient entreprendre une autorégulation et s'engager à respecter les principes éthiques**, en vue de campagnes justes, transparentes, constructives et fondées sur la raison.

De même, **le financement des partis politiques et des campagnes politiques devraient faire l'objet d'une nouvelle réglementation** afin de garantir une complète transparence.

### **Le système des médias**

**L'Union européenne devrait investir dans la construction d'une identité européenne fondée sur la notion de citoyenneté** (Bürgerschaft). Certaines valeurs fondamentales énoncées à l'article 2 du traité sur l'Union européenne (traité UE), telles que les droits de l'homme et l'état de droit, doivent être partagées par tous au sein de l'espace européen. La communication devrait être suffisamment conviviale pour remplacer les discours populistes par de nouveaux discours.

En outre, **l'Union européenne devrait s'engager pour soutenir un paysage médiatique diversifié et d'excellente qualité**, renforcé par la vérification des faits, des indices de crédibilité et un journalisme d'investigation. La création d'un média d'actualités supranational européen devrait être envisagé, tout comme son soutien. Les services publics de radiodiffusion devraient être fiables; cependant, la Commission devrait superviser leur fonctionnement et leur financement dans les États où il existe des doutes quant à leur fonctionnement éthique ou quant à leurs abus à des fins de propagande.

**Les obligations juridiques et les droits des fournisseurs de plateformes devraient être clairement réglementés.** Si les fournisseurs de plateformes ne sont pas responsables du contenu de tiers, ils sont en revanche responsables de leurs algorithmes, du respect des droits de l'homme, notamment de la protection des données et de l'administration de leurs plateformes:

- les algorithmes doivent être encadrés par des règles: les principes qui les sous-tendent devraient favoriser la diversité, accorder la priorité aux contenus fiables, être transparents et proposer aux utilisateurs des options quant aux principes qu'ils adoptent ou rejettent;
- la situation de monopole de certaines plateformes de médias sociaux devrait être analysée de manière exhaustive: il devrait être envisagé de réduire la concentration, d'introduire une interopérabilité ou d'imposer des obligations de «quasi-service public» aux acteurs prépondérants;
- l'action de microciblage fondée sur des informations sensibles porte atteinte à la dignité humaine et au droit à la liberté d'information (fiable), et déforme le discours public: elle devrait avoir pour exigence minimale le consentement préalable de l'utilisateur;
- les nouvelles technologies et les médias sociaux en tant que tels rendent les individus vulnérables à l'exploitation de leurs données à caractère personnel. Il convient donc d'imposer un niveau plus élevé de responsabilité aux prestataires de services de médias sociaux. Le règlement général sur la protection des données (RGPD) et le règlement sur la vie privée et les communications électroniques qui devrait être adopté, ainsi que leur application effective, sont d'une importance cruciale;
- les technologies futures (dont l'intelligence artificielle) peuvent avoir des effets dévastateurs sur l'autonomie humaine si les règles de confidentialité ne sont pas systématiquement appliquées. Un changement d'attitude de la part des publicitaires et des prestataires de services à l'égard des données à caractère personnel devrait par conséquent être encouragé, à l'instar des obligations de confidentialité des médecins et des avocats;
- les modalités appliquées par les principaux prestataires de médias sociaux pour vérifier les profils d'utilisateurs, ainsi que la limitation des profils d'utilisateurs à une seule adresse électronique, devraient dès lors être exigées d'autres plateformes;

- les acteurs professionnels et politiques devraient être soumis à un niveau de vérification plus strict que celui appliqué aux individus;
- la pénalisation des formes de désinformation (organisée) les plus graves pourrait être envisagée.

## Recommandations

La désinformation et la propagande sont les symptômes de problèmes structurels plus profonds de nos sociétés et de nos environnements médiatiques. Plutôt que de viser le contenu en soi, il conviendrait de recenser et de traiter les vulnérabilités que ces discours exploitent. Les recommandations sont divisées en deux catégories: **le renforcement de la résilience démocratique, d'une part, et l'adaptation de la politique médiatique, d'autre part.** Le premier ensemble de recommandations comprend des mesures imminentes liées aux prochaines élections du Parlement européen, la régulation des publicités à caractère public et politique, la protection des données, l'éducation civique, l'intégration de la science dans l'élaboration des politiques et l'approfondissement des recherches. Le deuxième ensemble porte sur le renforcement des piliers que sont la confiance dans les médias et les obligations des fournisseurs de plateformes.

### Mesures imminentes liées aux élections du Parlement européen de 2019

Il pourrait être fait appel au service d'observation des élections du Service européen pour l'action extérieure (SEAE) ou à une mission d'observation de l'OSCE pour surveiller les élections du Parlement européen au sein des États membres comme pour les élections nationales de pays tiers. Pour l'avenir, néanmoins, il est recommandé d'envisager la mise en place d'une capacité institutionnelle spécifique de l'Union européenne, sous la forme d'une autorité électorale supranationale dotée de pouvoirs suffisants pour surveiller les États membres et entreprendre des visites sur place, ainsi que pour surveiller les campagnes politiques qui précèdent les élections du Parlement européen. La Cour des comptes européenne et l'Office européen de lutte antifraude (OLAF) devraient mener des enquêtes sur le financement des campagnes, notamment sur le parrainage des publicités diffusées sur les médias sociaux.

### Publicité à caractère public et politique

Les règles en place relatives à la publicité commerciale et politique, telles que l'identification des annonces publicitaires et leur claire séparation de tous les autres contenus, devraient être appliquées à l'environnement en ligne, y compris aux plateformes de médias sociaux. En ce qui concerne l'environnement médiatique international, et dans le but de protéger les processus démocratiques, les règles applicables à toutes les publicités, y compris à la publicité à caractère public et politique, devraient être harmonisées au moyen d'une directive ou d'un règlement. Outre les principes traditionnels qui s'appliquent à la publicité commerciale, de nouvelles règles sont recommandées. De plus, la catégorie plus large de «publicité à caractère public» devrait être appliquée afin de couvrir la publicité à caractère politique ou autre publicité engagée, car certaines questions peuvent devenir des symboles d'opinions ou d'action politiques (comme la migration ou l'intégration européenne elle-même).

Dans l'environnement médiatique social, l'étiquetage des publicités à caractère politique peut ne pas être suffisant parce que les messages postés par les influenceurs ne sont pas qualifiés de publicité au sens traditionnel du terme. Dès lors, outre le parrainage, la source doit être également



identifiée, et les influenceurs devraient être identifiés en tant que tels. Une plus grande transparence devrait être garantie par la loi en ce qui concerne l'acheteur de la publicité, l'éditeur dans l'intérêt duquel elle est publiée, le public cible, les critères de ciblage de la publicité ainsi que sa portée. Les utilisateurs devraient avoir accès à un registre fournissant des informations leur permettant de savoir quelles sont les publicités à caractère politique et public qui les ciblent. Les contrats conclus entre les partis politiques et les plateformes devraient être déposés et accessibles à des fins de contrôle public. Les robots et les comptes automatisés ou l'intelligence artificielle ne devraient pas être autorisés à diffuser des publicités à caractère public et politique.

### **Financement des campagnes**

Afin de regagner la confiance des électeurs dans le processus démocratique, **les règles de financement des campagnes doivent être révisées en profondeur**. Si l'Union européenne parvenait à s'engager dans ce processus, l'incidence de ce dernier sur le renouvellement de la démocratie revêtirait une **importance mondiale historique**. Les nouvelles règles devraient exiger davantage de données sur les dépenses de campagne, qui préciseraient le partenaire médiatique contractuel, la nature du contenu médiatique et les critères de ciblage, et prévoir une surveillance indépendante des partis politiques. Dans l'attente, la nouvelle compétence du Parquet européen devrait être mise en œuvre pour surveiller les dépenses des partis.

### **Protection des données et de la vie privée**

La publicité en ligne basée sur le suivi doit être découragée en appliquant rigoureusement la directive sur la vie privée et les communications électroniques ainsi que le règlement général sur la protection des données (RGPD), et en adoptant, dans les meilleurs délais, un règlement solide sur la vie privée et les communications électroniques, qui interdirait les "tracking walls" et prévoirait d'autres protections telles que celles prônées par des régulateurs de ce domaine, comme le contrôleur européen de la protection des données (CEPD).

**Les fournisseurs de plateformes doivent être responsables de la protection des données à caractère personnel de leurs utilisateurs, y compris de prévenir l'exploration de ces données sur leurs plateformes respectives**. Les autorités chargées de la protection des données devraient exercer activement leurs pouvoirs au titre de l'article 58 du RGPD, notamment celui de mener des enquêtes sur les pratiques de microciblage politique concernant des annonceurs (politiques), des plateformes numériques et des intermédiaires (sociétés d'analyses de données, courtiers en données, etc.). Les autorités chargées de la protection des données devraient veiller activement au respect des obligations de protection des données dès la conception et de protection des données par défaut qui incombent aux responsables du traitement des données, ainsi que des règles relatives au consentement univoque, libre et éclairé. Le microciblage politique doit être reconnu, en vertu de l'article 22 du RGPD, comme une «prise de décision automatisée» qui produit des effets considérables sur les individus.

Compte tenu des pouvoirs civiques considérables des plateformes de médias sociaux, **leurs obligations relatives à la protection des données devraient dépasser les exigences minimales inscrites dans la législation de l'Union et les législations nationales relatives à la protection des données**. Les plateformes numériques devraient par exemple tenir un registre accessible des publicités politiques et engagées actuelles et historiques qui ciblent des personnes vivant au sein

de l'Union européenne contenant des informations détaillées concernant les critères de ciblage, les acheteurs, etc.

### **Politique des médias**

La politique de communication peut comporter deux vecteurs: l'offre et la demande. **Une intervention réglementaire en ce qui concerne l'offre** pourrait réduire l'ampleur de la désinformation et de la propagande qui sont diffusées et affaiblir leurs effets grâce à des informations fiables. Pour ce faire, il convient d'adopter une réglementation sur l'environnement des médias sociaux. **Les plateformes ne devraient pas être tenues responsables des contenus de tiers, mais doivent être responsables de l'administration convenable de leurs systèmes:** protéger les données à caractère personnel et la vie privée de leurs utilisateurs (et pas uniquement des utilisateurs inscrits); garantir que leurs algorithmes ne discriminent ni les contenus, ni les utilisateurs; dans le but de séparer les contenus sponsorisés et les publicités des autres contenus; créer des algorithmes qui favorisent et promeuvent la diversité des contenus; garantir la transparence de leurs algorithmes et offrir aux utilisateurs la possibilité de choisir leurs paramètres de contenu, notamment la diversité et la possibilité d'identifier et de désactiver les faux comptes. Les utilisateurs qui diffusent régulièrement des contenus engagés qui parviennent à un vaste public doivent être signalés comme étant des «influenceurs» (y compris, par exemple, les responsables politiques et les organisations non gouvernementales). Au lieu d'un système de signalement et de retrait, un système de signalement répété est recommandé, sauf en cas de contenu manifestement et dangereusement illégal. En cas de part de marché dominante, les responsabilités devraient être plus importantes. L'autorégulation ne devrait pas remplacer la réglementation, en particulier dans les domaines de la publicité politique, de la publicité engagée et de la protection des données. Tout effort d'autorégulation par les plateformes numériques (comme la modération des contenus et les initiatives de transparence des publicités) devrait faire l'objet d'un contrôle extérieur et d'une évaluation de ses incidences afin de déterminer son efficacité et sa conformité aux droits fondamentaux.

Les moyens d'**intervention sur la demande visent, pour leur part, à améliorer la sensibilisation et l'éducation aux médias.** Les programmes d'éducation aux médias doivent être complétés, dans tous les États membres et à tous les niveaux scolaires, par une éducation civique aux valeurs européennes de démocratie et de droits de l'homme, qui devrait commencer par une formation appropriée du personnel enseignant. Au besoin, il est recommandé d'organiser des programmes locaux, par exemple au moyen de bus itinérants, afin d'associer les groupes de la société qui sont difficiles à atteindre autrement.

Pour créer des piliers de confiance, la Commission devrait initier et continuer à soutenir des programmes visant à favoriser le journalisme d'investigation et à améliorer les services de vérification des faits et les indices de crédibilité. Elle devrait également promouvoir la création d'un service européen commun de média, d'excellente qualité et transmis par une technologie moderne, qui offrirait un point de vue européen commun et élaborerait le discours européen en vue de renforcer la cohésion de l'Union européenne. Une attention toute particulière devrait être accordée au fonctionnement éthique des médias publics, et les accusations de participation à la diffusion d'éléments de désinformation et de propagande doivent impérativement faire l'objet d'enquêtes de la part de la Commission.

## Clause de non-responsabilité et droits d'auteur

Le contenu du présent document relève de la responsabilité exclusive des auteurs et les avis qui y sont exprimés ne reflètent pas nécessairement la position officielle du Parlement européen. Il est destiné aux députés au Parlement européen et à leurs collaborateurs dans le cadre du travail parlementaire. Reproduction et traduction autorisées, sauf à des fins commerciales, moyennant mention de la source et information préalable avec envoi d'une copie au Parlement européen.

© Union européenne, 2019.

Contact: [poldep-citizens@europarl.europa.eu](mailto:poldep-citizens@europarl.europa.eu)

Ce document est disponible sur l'internet à l'adresse suivante: [www.europarl.europa.eu/supporting-analyses](http://www.europarl.europa.eu/supporting-analyses)