

Plateformes et signalements

Les jeunes Canadiens évaluent les efforts de lutte contre la désinformation

HabiloMédias

HabiloMédias est un organisme de bienfaisance canadien sans but lucratif qui œuvre pour l'éducation aux médias et la littératie numérique. Il a pour objectif de veiller à ce que les Canadiennes et Canadiens développent une pensée critique qui leur permette d'utiliser les médias en tant que cybercitoyens actifs et informés. HabiloMédias crée des ressources et des programmes d'éducation aux médias et de littératie numérique pour les familles, les écoles et les communautés du Canada depuis 1996. HabiloMédias mène et diffuse également des recherches originales qui contribuent à l'élaboration de ses programmes et ressources et orientent les politiques publiques sur les questions liées à l'éducation aux médias numériques.

Site Web

habilomedias.ca

Personne-ressource

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.),
Directrice de la recherche

kbrisson-boivin@mediasmarts.ca

Contributeurs au rapport

Kara Brisson-Boivin (Ph. D.),
directrice de la recherche

Samantha McAleese (Ph. D.),
associée de recherche et d'évaluation

Vanessa Turyatunga, adjointe à la recherche

Matthew Johnson, directeur de l'éducation

Marc-Alexandre Ladouceur,
spécialiste de l'éducation aux médias

Citation suggérée

HabiloMédias (2023). *Plateformes et signalements : les jeunes Canadiens évaluent les efforts de lutte contre la désinformation*. Ottawa.

Financement

Ce projet a été financé dans le cadre du Programme de contributions en matière de citoyenneté numérique du ministère du Patrimoine canadien.

Reconnaissance des territoires autochtones

HabiloMédias reconnaît être situé sur les terres traditionnelles non cédées et occupées des Algonquins Anishinaabeg. Avec gratitude, nous reconnaissons ce territoire pour réitérer notre engagement et notre responsabilité dans l'établissement de relations positives avec les Inuits, les Premières Nations et les Métis d'un océan à l'autre.

Nous nous efforçons de fonder nos processus de recherche sur la bienveillance et la réciprocité, ce qui signifie démontrer un état constant d'apprentissage, surtout lorsqu'il s'agit de comprendre le bien-être et les expériences numériques des peuples et des communautés autochtones du Canada. Nous nous engageons à créer et à maintenir des relations et des processus respectueux qui reconnaissent les déséquilibres de pouvoir dans le paysage de l'éducation aux médias numériques et à chercher à les corriger.

Table des matières

Introduction	4
La désinformation et la mésinformation dans les médias sociaux... 6	6
Ce que nous (ne) savons (pas)	6
Créer une <i>ambiance</i> : l'apparence et les valeurs des plateformes sociales.....	9
Les jeunes Canadiens évaluent les efforts déployés par les plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation	12
Méthode de recherche.....	13
Évaluation des plateformes.....	16
Réflexions des animateurs	16
Résumé des processus de signalement des plateformes.....	25
Plateformes et signalements : ce que nous avons entendu.....	26
Changer l' <i>ambiance</i> : les impacts de la conception des plateformes sur la lutte contre la désinformation et la mésinformation.....	34
Recommandations	37
Instagram.....	38
TikTok.....	38
Twitter.....	39
YouTube	39
Recommandations générales	40
Prochaines étapes	42
Annexe.....	44

Introduction

Cette étude de recherche, intitulée *Plateformes et signalements : les jeunes Canadiens évaluent les efforts de lutte contre la désinformation*, a permis à des jeunes de tout le Canada d'examiner et d'évaluer les processus de signalement sur des applications populaires (Instagram, TikTok, Twitter et YouTube). Plus précisément, nous voulions comprendre ce que les jeunes pensent des efforts actuels pour lutter contre la désinformation et la mésinformation en ligne et connaître leurs solutions aux problèmes qu'ils rencontrent et à leurs préoccupations lorsqu'ils naviguent dans les écosystèmes et les communautés d'information en ligne.

Nous avons animé trois groupes de discussion en ligne auxquels ont participé 36 personnes âgées de 16 à 29 ans afin de répondre aux questions suivantes.

- Dans quels espaces en ligne les jeunes Canadiens rencontrent-ils la désinformation et la mésinformation, et dans quel contexte?
- Dans quelle mesure les jeunes Canadiens connaissent-ils les mécanismes de signalement ou les autres approches adoptées par les plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation et la mésinformation?
- Les jeunes Canadiens pensent-ils que les plateformes en ligne en font assez pour lutter contre la désinformation et la mésinformation? Font-ils confiance aux plateformes pour les informer et assurer leur sécurité en ligne?
- Quels changements ou efforts supplémentaires les jeunes Canadiens souhaitent-ils voir de la part des plateformes en ce qui concerne la prévention et la lutte contre la désinformation et la mésinformation?

Le présent rapport résume les résultats de ces groupes de discussion, y compris nos discussions avec les jeunes, ainsi que leur [évaluation](#) des mécanismes de signalement existants, parallèlement à d'autres recherches et discussions sur la forme et l'impact de la désinformation et des fausses informations en ligne. Nous incluons également les [réflexions](#) des membres de l'équipe de recherche et d'éducation de HabiloMédias, lesquels ont animé l'activité d'évaluation, ainsi qu'un résumé des processus de signalement sur les quatre plateformes, afin de mieux visualiser certaines des similitudes et des différences entre les plateformes qui faisaient l'objet de cette étude.

Dans l'ensemble, le manque de confiance des participants dans la capacité des plateformes à lutter contre la désinformation et la mésinformation, à les tenir informés et à assurer leur sécurité en ligne



était évident tout au long des trois séances du groupe de discussion. Bien que la conception des plateformes soit constamment modifiée, les participants ont souligné que les choix qui leur étaient proposés par les plateformes, en particulier pour signaler la désinformation et la mésinformation, ne leur semblaient pas adaptés au signalement d'idées et de contenus faux, trompeurs ou discutables. Au bout du compte, tout en comprenant le désir de maintenir une *ambiance* qui permet aux utilisateurs de « décrocher » et de « se détendre », les participants estimaient qu'il était nécessaire de changer ou d'adapter l'*ambiance* afin que les utilisateurs profitent également d'occasions réelles d'engager le dialogue avec les plateformes pour prévenir la désinformation et la mésinformation et les enrayer.

Le présent rapport se conclut par une série de recommandations formulées par l'équipe de recherche sur la base des expériences, des perspectives, des préoccupations et des solutions partagées par les jeunes lors des séances du groupe de discussion. Nous avons inclus des recommandations propres à chaque plateforme (Instagram, TikTok, Twitter et YouTube), ainsi que des recommandations générales pour toutes les applications de médias sociaux sur les enjeux suivants :

- l'accessibilité, la connaissance et l'exactitude;
- la sécurité et la responsabilité;
- la confiance;
- la transparence.

Cette recherche qualitative a intentionnellement positionné les jeunes en tant qu'experts afin qu'ils participent activement à l'évaluation des approches actuelles et à l'élaboration de nouvelles politiques, interventions et stratégies visant à réduire la propagation de la désinformation et des fausses informations dans les espaces en ligne. La participation de jeunes de tout le pays à des groupes de discussion en ligne a permis de refléter un large éventail d'expériences et de travailler collectivement à la formulation de recommandations pertinentes et exhaustives pour diverses plateformes de médias sociaux. Les conclusions du présent rapport s'ajoutent à la base de connaissances croissantes à partir de laquelle HabiloMédias continue de travailler auprès de partenaires communautaires, de décideurs politiques et de plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation.

Bien que HabiloMédias offre une série de ressources pour aider les gens à déceler, à vérifier et à signaler la désinformation et la mésinformation, nous savons qu'il y a beaucoup de travail à faire dans divers secteurs (communauté, gouvernement, éducation, industrie, milieu universitaire) pour bâtir et favoriser la résilience collective nécessaire pour prévenir et enrayer plus efficacement les divers préjudices en ligne.



La désinformation et la mésinformation dans les médias sociaux

Ce que nous (ne) savons (pas)

Si la **désinformation** et la **mésinformation** ne sont pas des phénomènes nouveaux, l'évolution rapide des technologies et les nouvelles formes de connexion sociale et de recherche ou de partage d'informations ont radicalement changé les écosystèmes d'information et de médias par lesquels la désinformation et la mésinformation peuvent se propager¹. Les médias numériques d'aujourd'hui sont entièrement réseautés, plaçant chaque utilisateur et consommateur au centre d'un réseau infini de connexions et d'interactions. Ces connexions permettent aux utilisateurs de partager des contenus avec un nombre illimité de personnes sur une multitude de plateformes en ligne.

Nos précédentes [recherches](#) auprès des jeunes Canadiens montrent qu'un petit nombre de plateformes commerciales, principalement consacrées à la socialisation et au divertissement, dominent les expériences virtuelles des jeunes. Les contenus et les utilisateurs se promènent sans difficulté entre une poignée de plateformes de médias sociaux et de partage de vidéos populaires comme YouTube, TikTok, Instagram, Facebook et Twitter. Les informations circulent ou se propagent sur ces plateformes et entre elles grâce à une combinaison d'interactions des utilisateurs et de recommandations **algorithmiques**, et ce, dans les limites des caractéristiques conceptuelles de la plateforme.

Par exemple, la désinformation et la mésinformation peuvent se propager dans les médias sociaux lorsque des personnes ne savent pas ou ne se soucient pas de la véracité de ces informations les partagent et les transmettent aux personnes qui les suivent. Les destinataires ou les spectateurs décident alors de la manière dont ils vont réagir face à ce contenu : ils vont l'aimer, en débattre, l'ignorer ou le partager avec leurs propres abonnés. C'est ce qu'ils font qui déterminera si le message s'estompe ou s'il continue de se propager sur la plateforme. Les plateformes recommandent également des contenus en fonction de ce que leurs algorithmes de recommandation pensent que les utilisateurs aiment. Ces algorithmes décident des contenus à recommander aux utilisateurs en fonction des profils de données qu'ils ont créés en recueillant ou

LA MÉSINFORMATION veut dire les informations fausses ou trompeuses qui sont propagées par des adhérents qui y croient.

LA DÉSINFORMATION veut dire les informations fausses ou trompeuses qui sont propagées par des gens qui savent qu'elles sont fausses, habituellement à des fins politiques, financières, humoristiques, ou une combinaison des trois.

ALGORITHME : Un ensemble d'instructions par étapes pour résoudre un problème ou compléter une tâche mathématique ou informatique. Les algorithmes d'apprentissage machine trient les données afin de trouver des motifs et, par la suite, de faire de recommandations ou des prédictions basées sur ceux-ci. L'on se sert souvent de cette expression pour faire référence spécifiquement aux programmes informatiques formés à la prédiction.

¹ Voir : Bradshaw, S. (23 novembre 2020). « Influence Operations and Disinformation on Social Media ». Modern Conflict and Artificial Intelligence. Centre pour l'innovation dans la gouvernance internationale : <https://www.cigionline.org/articles/influence-operations-and-disinformation-social-media/>; Komendantova, N., Ekenberg, L., Svahn, M., Larsson, A., Shah, S.I.H., Glinos, M., Koulolias, V., et Danielson, M. (2021). « A value-driven approach to addressing misinformation in social media ». Humanities and Social Sciences Communications, 8(1), 1-12.

en achetant des données sur les utilisateurs. Si les algorithmes de recommandation sont optimisés pour favoriser les publications qui suscitent l'intérêt d'un grand nombre de personnes, ils diffuseront de la désinformation et de fausses informations directement auprès des personnes les plus susceptibles de s'y intéresser et d'y réagir.

La recherche sur la désinformation et les médias sociaux révèle que « contrairement au passé où les campagnes de désinformation étaient lentes, coûteuses et pauvres en données, les médias sociaux offrent à une multitude de personnes un moyen rapide, bon marché et riche en données à utiliser pour injecter de la désinformation dans les conversations civiques² ». En d'autres termes, la conception même des médias sociaux augmente la vitesse, l'ampleur et la portée de la désinformation et des fausses informations, rendant leur diffusion presque universelle³.

Malgré les critiques selon lesquelles les plateformes [n'ont pas agi avec fermeté](#) pour freiner les préjugés en ligne, plusieurs plateformes ont pris des mesures pour lutter contre la désinformation et la mésinformation, notamment en utilisant **l'intelligence artificielle** pour détecter les **robots** (bots), en signalant les contenus « faux », « potentiellement malveillants » ou « frauduleux », et en établissant des procédures permettant aux utilisateurs de signaler les cas de désinformation. Toutefois, les chercheurs et les défenseurs des droits notent que [l'efficacité de ces efforts n'a pas encore fait l'objet d'un examen empirique](#).

Les recherches sur les pratiques exemplaires en matière de lutte contre la désinformation soulignent l'importance de la mobilisation des parties prenantes, en particulier dans l'élaboration de politiques, de méthodes et d'outils⁴. Ces études révèlent que les approches actuelles tendent à considérer les utilisateurs comme des consommateurs passifs plutôt que comme des cocréateurs actifs. Lorsque les plateformes mobilisent les utilisateurs dans les processus de réduction des préjugés en ligne, en particulier la désinformation et la mésinformation, elles ont tendance à se décharger sur les [particuliers](#) de leur responsabilité de *détecter* ces contenus. Cette approche est compliquée par les résultats des recherches qui montrent que les utilisateurs ne se sentent pas suffisamment concernés personnellement par la désinformation pour contribuer à l'enrayer⁵.

L'efficacité de la réponse des plateformes n'est pas suffisamment étudiée, et [d'autres recherches sont nécessaires](#) pour comprendre les interactions complexes entre des facteurs démographiques comme

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : La simulation de l'intelligence humaine (par exemple, l'apprentissage ou la résolution de problème) dans des machines qui sont programmées à penser comme les humains et d'imiter leurs actions. Par exemple : la reconnaissance vocale, la traduction, la reconnaissance image et faciale et la prise de décision.

Dans cette étude, les participants ont compris un « **ROBOT** (bot) » comme étant un compte inauthentique, ce que pourrait inclure le processus automatisé, mais qui prétend être un vrai compte et dont on se sert dans le but de propager la désinformation et la mésinformation.

2 Bradshaw, S. (23 novembre 2020). « Influence Operations and Disinformation on Social Media ». Modern Conflict and Artificial Intelligence. Centre pour l'innovation dans la gouvernance internationale : <https://www.cigionline.org/articles/influence-operations-and-disinformation-social-media/>. [traduction]

3 Komendantova, N., Ekenberg, L., Svahn, M., Larsson, A., Shah, S.I.H., Glios, M., et M. Danielson. (2021). « A value-driven approach to addressing misinformation in social media ». Humanities and Social Sciences Communications, 8(1), 1-12.

4 Ibidem.

5 Ibidem.

« Il est urgent de sensibiliser les jeunes avant qu'il ne soit trop tard, et qu'il est primordial de trouver des réponses efficaces, fondées sur les expériences vécues par les jeunes. »

l'âge. Par exemple, les [recherches](#) montrent que les jeunes, peu importe leurs opinions politiques, sont plus susceptibles de croire à la désinformation sur la COVID-19 que les personnes plus âgées. Des [recherches récentes](#) ont également révélé que les jeunes utilisateurs se tournent vers les plateformes sociales comme principale source d'information (en particulier Instagram) et, de plus en plus, [comme moteur de recherche](#) (surtout TikTok). [Les experts en désinformation soutiennent](#) qu'il est urgent de sensibiliser les jeunes avant qu'il ne soit trop tard, et qu'il est primordial de trouver des réponses efficaces, fondées sur les expériences vécues par les jeunes.

Les recherches de HabiloMédias ([2019](#) et [2020](#)) confirment que les jeunes Canadiens sont contrariés par les théories du complot et la mésinformation qui inondent les espaces en ligne et disent que la désinformation et la mésinformation les empêchent d'utiliser la technologie, en particulier pour apprendre. Bien que cette réalité ait un impact sur la confiance que les jeunes accordent aux plateformes pour filtrer les contenus préjudiciables, nos [recherches](#) confirment également que les jeunes tiennent les plateformes responsables, souhaitent que les plateformes retirent les contenus préjudiciables, et veulent apprendre à vérifier les informations en ligne. Nous devons nous efforcer de mieux comprendre :

- les écosystèmes d'information dans lesquels les jeunes Canadiens interagissent et leur exposition à la désinformation et aux fausses informations dans ces espaces;
- les mesures que prennent les jeunes Canadiens, s'il y a lieu, pour réduire les impacts de la désinformation et des fausses informations;
- la compréhension des jeunes des efforts que déploient les plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation;
- les évaluations et les recommandations des jeunes Canadiens concernant les interventions des plateformes.

Créer une *ambiance* : l'apparence et les valeurs des plateformes sociales

Nos [recherches antérieures](#) auprès des jeunes Canadiens montrent qu'ils sont de plus en plus conscients de la surveillance exercée par les entreprises et des modèles économiques qui sous-tendent les principales plateformes en ligne (comme Google Classroom). De même, nos [recherches](#) sur les algorithmes et l'intelligence artificielle révèlent que les jeunes sont conscients que les algorithmes jouent un rôle important dans leurs expériences en ligne. Même s'ils ne comprennent pas entièrement la conception technique et le fonctionnement de ces technologies, les participants savaient que la présélection algorithmique les pousse vers une utilisation plus passive et plus restreinte d'Internet.

Dans cette étude, nous voulions donner aux participants une occasion similaire de réfléchir à la manière dont les environnements virtuels façonnent leurs expériences en ligne, mais cette fois, dans le contexte des écosystèmes d'information en ligne dans lesquels ils interagissent et dans le but de savoir s'ils pensent que les plateformes en font assez pour enrayer la désinformation et la mésinformation,

Nos [groupes de discussion](#) auprès de jeunes âgés de 16 à 29 ans ont commencé par un bref exercice d'apprentissage au cours duquel ils ont été encouragés à réfléchir à l'impact des caractéristiques conceptuelles des plateformes sur les types d'informations et de contenus qu'ils rencontrent et partagent potentiellement sur une plateforme. Par exemple, les décisions conceptuelles, comme l'affichage des partages et des mentions « J'aime », peuvent inciter les gens à partager davantage. Les plateformes peuvent également ajouter intentionnellement des obstacles, comme des invites ou des étapes supplémentaires, afin de réduire le partage en général ou le partage d'un type de contenu en particulier. Les plateformes peuvent également fournir aux utilisateurs des outils spécifiques pour répondre à la désinformation et aux fausses informations, comme le déclasserement des publications, l'ajout d'un contexte ou d'un lien vers un site de vérification des faits, et le signalement des violations des **conditions d'utilisation** de la plateforme ou des **lignes directrices de la communauté**. Si une plateforme s'inquiète d'un type de contenu *spécifique*, elle peut en faire une catégorie spécifique, permettant aux utilisateurs de le signaler plus facilement. Par exemple, sur TikTok, les utilisateurs peuvent signaler des fausses informations dans quatre catégories : les élections, la santé, le contenu de marque non divulgué, et les autres informations préjudiciables.

Dans le cadre des groupes de discussion, les participants ont expliqué comment l'apparence, l'atmosphère, l'impression et les valeurs d'une plateforme, ce qu'ils ont généralement appelé l'**ambiance** de la plateforme, contribuaient à déterminer si une plateforme offrait des possibilités significatives de lutter contre la désinformation et la mésinformation dans ces espaces.

CONDITIONS D'UTILISATION :

L'entente légale entre une entreprise en ligne (plateforme, application, site web, réseau social) et la personne qui se sert de leur service.

DIRECTRICES DE LA COMMUNAUTÉ :

Un ensemble de règlements établis par une plateforme pour régir les comportements dont on s'attend et les types de contenus que l'on interdit sur la plateforme afin de créer un environnement sain pour les interactions entre les utilisateurs.

L'**AMBIANCE** d'une plateforme signifie l'atmosphère, l'esthétique, l'éprouvé et les valeurs de la plateforme.

La conception de la plateforme représente le véhicule par lequel l'*ambiance* d'un espace est communiquée et transmise aux utilisateurs. La recherche sur la conception sensible aux valeurs explique comment les caractéristiques conceptuelles encouragent certaines valeurs et certains comportements de la part des utilisateurs⁶. Dans le cas de Twitter, les chercheurs montrent comment des valeurs comme l'accessibilité, la rapidité, la validation, le plaisir et les interactions sont intégrées dans les caractéristiques conceptuelles, alors que la responsabilité, la crédibilité, la clarté, l'exactitude et la connaissance sont minimisées dans la conception de la plateforme⁷. Dans notre [recherche](#) sur la lutte contre la haine en ligne, nous expliquons que les valeurs ou les normes des plateformes et des communautés en ligne sont essentielles pour que les jeunes perçoivent le consensus social au sein de ces espaces et les valeurs auxquelles les utilisateurs se conforment et qu'ils propagent inévitablement lorsqu'ils interagissent en ligne.

De même, des recherches récentes sur les valeurs défendues par les mêmes plateformes sociales que celles examinées dans cette étude (Instagram, YouTube, Twitter et TikTok) ont mis en évidence cinq principes généraux (ou valeurs) communs à ces plateformes : l'expression, la communauté, la sécurité, le choix et l'amélioration⁸. Toutefois, cette étude a également révélé que si les valeurs des plateformes peuvent servir l'intérêt général, les plateformes limitent leur responsabilité à défendre ces valeurs, ou s'en déchargent, en déclassant de manière sélective celles qui ne servent pas les objectifs étroits de l'entreprise et en valorisant celles qui le font⁹.

Dans notre étude, les réflexions et les évaluations des participants sur les efforts que déploient les plateformes pour enrayer la désinformation et la mésinformation ont lié ces efforts aux valeurs

qu'ils ont ressenties (ou non) lors de la conception et, au bout du compte, de l'*ambiance* de la plateforme. Par exemple, la valeur du choix indique que les utilisateurs devraient être libres de choisir les options qui correspondent à leurs préférences¹⁰. Plusieurs participants aux groupes de discussion ont expliqué comment les plateformes donnent la priorité à la valeur du choix en offrant aux utilisateurs des caractéristiques conceptuelles qui leur permettent d'ignorer ou de cacher la désinformation et la mésinformation plutôt que de les signaler. Les participants ont qualifié d'« échappatoire » cette priorité accordée au choix et souligné que ces choix conceptuels diminuent l'ampleur du problème de la désinformation et des fausses informations dans ces espaces, ce qui contribue également au manque de confiance des jeunes envers les plateformes.

Les participants étaient grandement sceptiques quant aux efforts que déploient les plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation puisqu'ils estimaient que cette lutte contre ce préjudice en ligne allait à l'encontre de l'*ambiance*, qui est, au bout du compte, conçue pour servir les intérêts commerciaux des entreprises. Les participants ont expliqué que la conception des plateformes (y compris les algorithmes de recommandation) qui donnent la priorité aux interactions et au temps de visionnement *permet* aux contenus et aux commentaires faux et trompeurs de persister parce que « c'est une bonne affaire » pour l'entreprise. En fait, de nombreux jeunes avec lesquels nous avons discuté dans le cadre de cette étude ont exprimé leur résignation face au fait que les contenus et les commentaires faux et trompeurs obtiennent des clics et des mentions « j'aime ».

6 Van Engelen Y., et Marin L. (2022). The double-edged sword of Twitter during crisis situations. A value-sensitive design approach to decreasing the impact of online misinformation. Research Square [préimpression] : <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1900328/v1>.

7 Ibidem.

8 Scharlach, R., Hallinan, B., et Shifman, L. (2023). « Governing principles: Articulating values in social media platform policies ». *New Media & Society*, 14614448231156580.

9 Ibidem.

10 Ibidem.

La lutte contre la désinformation et la mésinformation va à l'encontre de l'image des médias sociaux. Ils veulent que les utilisateurs naviguent sur la plateforme, qu'ils restent sur la plateforme, et ne vont certainement pas ajouter des obstacles supplémentaires à leur utilisation.

Groupe des 23 à 29 ans

Garder les utilisateurs sur la plateforme est plus important pour la plateforme que de lutter contre la désinformation.

Groupe des 19 à 22 ans

Comme dans notre [étude sur les algorithmes](#), les participants ont souligné que l'*ambiance* de ces plateformes encourageait les interactions passives, et nous avons de nouveau entendu des participants décrire comment ces espaces encouragent la « navigation désinvolte » ou la « navigation plutôt que la recherche ». Bon nombre de participants ont expliqué qu'ils étaient « prudents » sur ces plateformes et prenaient des mesures supplémentaires pour « vérifier » les informations qu'ils voyaient puisque l'authentification et la vérification des informations, qui supposent une interaction active et critique, vont à l'encontre de l'*ambiance*.

Les participants ont également exprimé leur scepticisme sur la base des valeurs qu'ils ne ressentent *pas* sur ces plateformes. Il s'agit notamment de valeurs qui sont souvent activement minimisées, comme la crédibilité et la sécurité¹¹, ainsi que de valeurs dont les jeunes ont souligné l'importance pour eux, comme la confiance, la transparence et la responsabilité partagée (entre les utilisateurs et les plateformes) pour représenter avec précision l'ampleur du problème de la désinformation et des fausses informations et y remédier de manière efficace.

Les conclusions et les observations de cette étude sur l'*ambiance* d'une plateforme, en particulier les types de contenus et d'interactions avec les utilisateurs qu'elle encourage ou décourage, sont d'une importance capitale dans le contexte des efforts déployés par les plateformes pour enrayer la désinformation et la mésinformation. Nous fournirons une description plus détaillée de l'impact de l'*ambiance* d'une plateforme sur les décisions des jeunes de lutter contre la désinformation et la mésinformation dans la section de ce rapport consacrée à [l'évaluation des plateformes](#).

¹¹ Ibidem.

Les jeunes Canadiens évaluent les efforts déployés par les plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation

Lorsqu'il s'agit d'aborder et de prévenir les préjudices en ligne, les jeunes sont souvent appelés à développer une *résilience* en ligne : ils doivent autogérer efficacement leur utilisation de la technologie numérique et éviter les contenus préjudiciables. [L'accent mis sur l'individualisme dans le cadre de la résilience](#) place la responsabilité de la gestion des problèmes en ligne dans les mains des jeunes tout en ignorant des facteurs systémiques importants comme la conception et l'efficacité des réponses des plateformes. L'approche de la résilience en ligne est également contraire aux pratiques exemplaires en matière de lutte contre la désinformation, qui soulignent l'importance de la mobilisation des parties prenantes dans l'élaboration des politiques, des méthodes et des interventions¹².

Nos études précédentes ([2019](#) et [2020](#)) confirment que les jeunes sont mécontents du manque de possibilités d'en apprendre davantage sur les pratiques exemplaires et de les mettre en pratique afin d'enrayer la désinformation et la mésinformation. En outre, la persistance de ces préjudices en ligne rend difficile pour eux la navigation dans les écosystèmes d'information et mine leur confiance dans les plateformes pour réduire ces contenus préjudiciables. Néanmoins, [les jeunes tiennent les plateformes responsables](#) de la suppression de ces contenus préjudiciables et soutiennent que [les jeunes devraient avoir leur mot à dire dans la conception et la réglementation des plateformes en ligne](#) puisque les politiques établies par les adultes ont un impact sur leur qualité de vie et les possibilités qui leur sont offertes.

Selon [nos recherches](#), lorsque les jeunes sont mieux préparés à reconnaître les préjudices en ligne et à y répondre, ils sont plus susceptibles de s'opposer à ces préjudices, de participer à un débat sain, de contribuer à l'établissement de valeurs sur les plateformes, et de faire preuve d'empathie et d'une citoyenneté numérique éthique. Dans le cadre de cette étude, les discussions de groupe et les activités d'évaluation ont permis d'évaluer la valeur, le mérite, l'importance et la qualité des efforts que déploient les plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation. Dans la lignée des travaux de [Pawson et Tilley \(2004\)](#), les jeunes Canadiens ont évalué les mécanismes de signalement des plateformes et un processus de [communication collaborative des résultats](#) pour déterminer ce qui fonctionne et ne fonctionne pas, à quels égards, dans quelle mesure, dans quels contextes, et de quelle manière.

Dans nos [projets qualitatifs précédents](#), nous avons observé que les jeunes, lorsqu'ils disposent de descriptions claires et accessibles des divers processus en ligne qui ont un impact sur leur vie et les choses qu'ils voient et partagent en ligne, sont désireux de s'engager dans l'élaboration de ressources qui aideront d'autres personnes à accroître leurs connaissances, permettant à chacun d'interagir de façon plus sécuritaire et significative avec les technologies et les médias numériques. Cette étude s'inscrit dans cette tradition, en donnant aux jeunes Canadiens les moyens de prendre des mesures pour atténuer les effets potentiels de la désinformation et des fausses informations, renforçant ainsi la **résilience collective** des jeunes Canadiens.

RÉSILIENCE COLLECTIVE :

La résilience collective est la capacité d'une communauté ou d'un groupe de personnes à répondre de façon collective ou de se remettre des changements, incluant parfois des environnements stressants ou difficiles. Dans le contexte en ligne, cela peut être exprimé en tant que la capacité des jeunes de : participer à des communautés saines en ligne, d'éprouver le soutien des gens autour d'eux, développer de la confiance et participer à un dialogue important.

¹² Komendantova, N., Ekenberg, L., Svahn, M., Larsson, A., Shah, S.I.H., Glinos, M., Koulolias, V., et Danielson, M. (2021). « A value-driven approach to addressing misinformation in social media ». *Humanities and Social Sciences Communications*, 8(1), 112.

Méthode de recherche

L'équipe de recherche de HabiloMédias conçoit des projets qui créent des espaces sûrs où les jeunes peuvent partager leurs expériences, préoccupations, stratégies et solutions en lien avec Internet et les technologies numériques. Nous travaillons en étroite collaboration avec l'équipe de l'éducation pour faciliter les expériences encadrées qui combinent l'apprentissage et la recherche. Les résultats de nos recherches servent ensuite de base à notre travail de sensibilisation et de mobilisation des connaissances, ainsi qu'aux ressources éducatives que nous créons et partageons avec les écoles, les familles et les communautés de tout le pays¹³.

Pour ce projet, nous avons conçu et animé des groupes de discussion auprès de jeunes âgés de 16 à 29 ans¹⁴ de partout au Canada afin d'évaluer les efforts déployés par les plateformes sociales pour lutter contre la désinformation et la mésinformation. Cette évaluation qualitative nous a permis d'étoffer nos données quantitatives sur le sujet et de créer un espace de véritable participation des jeunes au processus de recherche.

Les questions de recherche suivantes ont guidé ce projet.

- Dans quels espaces les jeunes Canadiens rencontrent-ils de la désinformation et des fausses informations en ligne et dans quel contexte? Comment réagissent-ils à ces contenus?
- Dans quelle mesure les jeunes Canadiens connaissent-ils les mécanismes de signalement ou les autres approches qu'adoptent les plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation et la mésinformation?

- Les jeunes Canadiens pensent-ils que les plateformes en ligne en font assez pour enrayer la désinformation et la mésinformation? Font-ils confiance aux plateformes pour les informer et assurer leur sécurité en ligne?
- Quels changements ou efforts supplémentaires les jeunes Canadiens souhaitent-ils voir de la part des plateformes en ce qui concerne la lutte contre la désinformation et la mésinformation et leur prévention?

Nous avons organisé 4 groupes de discussion en ligne de 90 minutes (par le biais de la plateforme Zoom)¹⁵. Les participants ont été regroupés par groupe d'âge (16 à 18 ans, 19 à 22 ans, 23 à 29 ans) et recrutés par le biais des médias sociaux et avec le soutien de l'équipe des communications de HabiloMédias et de notre réseau de partenaires¹⁶. Ces groupes de discussion avaient pour objectifs :

- de mieux comprendre dans quels espaces les jeunes Canadiens rencontrent de la désinformation et des fausses informations, dans quel contexte et comment ils réagissent face à ces contenus;
- d'évaluer la sensibilisation des jeunes Canadiens à la manière dont les différentes plateformes en ligne tentent d'enrayer la désinformation et la mésinformation;
- d'évaluer l'efficacité des procédures actuelles des plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation;
- de formuler des recommandations à l'intention des plateformes qui reflètent les diverses expériences et préoccupations des jeunes Canadiens en ce qui concerne la désinformation et la mésinformation.

¹³ Les autres projets récents qui ont suivi ce modèle « de la recherche à la ressource » incluent [Averti aux algorithmes : Les jeunes Canadiens discutent l'intelligence artificielle et la confidentialité](#), [Les jeunes Canadiens s'expriment : Une recherche qualitative sur la protection de la vie privée et le consentement](#) et [Les jeunes Canadiens en ligne : repoussant la haine](#).

¹⁴ Nous avons initialement prévu de nous adresser à des jeunes âgés de 13 à 29 ans, mais malheureusement, et malgré tous nos efforts, nous n'avons pas été en mesure de recruter suffisamment de participants dans la tranche d'âge la plus jeune (13 à 15 ans) pour une séance du groupe de discussion.

¹⁵ Un soutien en français était disponible et a été offert à tous les participants qui en ont exprimé le besoin.

¹⁶ Nous avons envoyé des lettres d'information et du matériel de recrutement supplémentaire à divers partenaires universitaires, communautaires et de la société civile qui ont accepté d'apporter leur soutien dans le cadre de ce projet.

Au total, 36 jeunes ont participé à ce projet au cours de 3 séances de discussion :

- 16 à 18 ans : 8 participants;
- 19 à 22 ans : 11 participants;
- 23 à 29 ans : 17 participants.

Chaque groupe de discussion a commencé par la présentation des animateurs et un aperçu des informations contenues dans le formulaire de consentement du projet (que les participants ont lu et signé avant d'assister à la séance). Nous avons ensuite donné aux participants la possibilité de répondre à une enquête démographique volontaire (voir [l'annexe A](#) pour les questions et les résultats de l'enquête). Au total, 33 participants ont répondu à l'enquête, que l'équipe de recherche utilisera pour réfléchir à sa capacité de réunir un groupe diversifié de participants et mettre en évidence les besoins des communautés en quête d'équité. Après avoir répondu à l'enquête, les participants ont regardé une brève vidéo d'introduction couvrant les sujets suivants :

- la définition de l'écosystème d'information en ligne et son fonctionnement;
- des exemples de la manière dont l'information circule en ligne pour aider les participants à comprendre comment les utilisateurs et leurs renseignements personnels font partie de réseaux infinis de connexions en ligne et les impacts de ces réseaux et connexions lorsque nous devons authentifier une information en ligne ou reconnaître la partialité ou le point de vue d'une source;
- la définition des termes « désinformation » et « fausses informations »;
- des exemples de processus existants pour lutter contre la désinformation et la mésinformation en ligne.

Après que les participants aient visionné cette vidéo d'introduction, un animateur a récapitulé les principaux concepts et invité les participants à poser des questions. Nous avons également fourni aux participants un résumé textuel de la vidéo d'introduction auquel ils pouvaient se reporter tout au long de la séance de discussion.

Après la vidéo d'introduction, nous avons animé une discussion préliminaire pour nous aider à évaluer les connaissances des participants et le contexte dans lequel ils rencontrent de la désinformation et des fausses informations en ligne. Les questions suivantes ont été posées lors de la discussion.

- Avez-vous vu de la désinformation ou de fausses informations en ligne au cours des dernières semaines? Dans l'affirmative, où les avez-vous vues et sous quelle forme?
- Si vous voyez de la désinformation ou de fausses informations en ligne, que faites-vous en général?
- Pensez-vous qu'il est important que les plateformes signalent la désinformation et la mésinformation aux utilisateurs? Pourquoi ou pourquoi pas?

Cette discussion préliminaire a préparé le terrain pour l'activité en petits groupes, au cours de laquelle les participants ont évalué les politiques et les procédures d'une plateforme de réseau social pour lutter contre la désinformation et la mésinformation en ligne. Nous avons animé cet exercice d'évaluation pour les plateformes Instagram, TikTok, Twitter et YouTube¹⁷.

¹⁷ Notre récente étude auprès des [jeunes Canadiens](#) a révélé que ces plateformes figuraient parmi les six préférées des jeunes Canadiens.

Les animateurs ont d'abord présenté aux participants les mécanismes, les processus et les approches actuels pour signaler ou enrayer la désinformation et la mésinformation sur la plateforme qu'ils étaient chargés d'évaluer. Ensuite, à l'aide d'un tableau blanc virtuel appelé [Miro](#) pour consigner les réponses, les animateurs ont guidé les participants tout au long de l'activité d'évaluation en utilisant les questions suivantes.

- Avez-vous déjà vu ces outils sur cette plateforme?
- Cet outil vous permet-il de définir ou de comprendre clairement ce que sont la désinformation et la mésinformation? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Cet outil ou processus est-il facile à utiliser ou à parcourir? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Pensez-vous que cet outil ou ce processus offre aux utilisateurs une méthode efficace pour lutter contre la désinformation et la mésinformation? Pourquoi ou pourquoi pas?
- Des informations sont-elles manquantes dans cette approche de la lutte contre la désinformation et la mésinformation? Dans l'affirmative, pouvez-vous donner des exemples?
 - Qu'est-ce qui vous permettrait de reconnaître ou de signaler plus facilement la désinformation et la mésinformation sur cette plateforme? Quels outils, concepts, processus ou explications seraient utiles? Que changeriez-vous dans l'approche de cette plateforme en matière de lutte contre la désinformation et la mésinformation?

Les membres de chaque petit groupe ont travaillé ensemble pour répondre à ces questions et formuler des recommandations fondées sur leurs réponses aux questions. Ils sont ensuite retournés dans le grand groupe et les animateurs ont partagé un résumé de l'exercice d'évaluation de leur groupe. Après avoir écouté ce que les autres groupes ont souligné au sujet des autres plateformes et de leurs processus de détection et de signalement de la désinformation et des fausses informations, nous avons donné aux participants l'occasion de partager d'autres points de vue ou préoccupations.

Avec la permission des participants, les groupes de discussion ont été enregistrés et mis à la disposition des membres de l'équipe de recherche de HabiloMédias pour analyse. Nous n'incluons aucune information d'identification dans l'analyse ou le rapport. Les participants sont désignés uniquement par leur groupe d'âge dans le présent rapport.

Une fois les groupes de discussion terminés, les animateurs se sont réunis pour réaliser une analyse collaborative. Cette rencontre nous a permis de partager nos [réflexions](#) sur la discussion préliminaire et les séances en petits groupes, de mettre en évidence les principales conclusions, et de recenser des recommandations. Les idées partagées au cours de cette réunion ont donné à l'équipe de recherche une orientation supplémentaire pour structurer ce rapport final et rassembler les principales conclusions et recommandations.

Nous tenons à remercier tous ceux et celles qui ont pris le temps de participer à ce projet de recherche. Vos expériences, préoccupations et recommandations sont résumées dans le présent rapport et servent à renforcer les données probantes à partir desquelles les décideurs politiques et les plateformes élaborent des solutions et les mettent en œuvre afin de prévenir et d'enrayer la propagation de la désinformation et de fausses informations.

Évaluation des plateformes

Dans cette section, nous résumons les résultats des séances de discussion, y compris l'activité d'évaluation que nous avons réalisée en petits groupes. Nous présentons cette section en trois parties.

- 1. Réflexions des animateurs :** Nous incluons ici une analyse préliminaire des membres des équipes de recherche et d'éducation de HabiloMédias qui ont facilité l'activité d'évaluation.
- 2. Résumé des processus de signalement :** Nous avons ajouté cette section au rapport en réponse aux expériences, aux points de vue et aux préoccupations des participants concernant les processus de signalement des plateformes qu'ils ont évaluées. Notre analyse initiale a révélé des similitudes et des différences essentielles entre ces plateformes, et nous avons voulu les visualiser afin d'éclairer l'analyse et les recommandations ultérieures.
- 3. Plateformes et signalements :** ce que nous avons entendu : Dans cette dernière section, nous résumons les principales conclusions de nos discussions avec les jeunes Canadiens âgés de 16 à 29 ans qui ont participé à ce projet. Ce résumé inclut ce que les jeunes ont partagé au cours des discussions de groupe et les résultats de leur exercice d'évaluation dans les groupes de discussion.

Réflexions des animateurs

Un résumé des réflexions et des analyses des animateurs qu'ils ont consignées après avoir terminé les séances de discussions est présenté ci-après. Chaque animateur était responsable d'une plateforme (Instagram, TikTok, Twitter ou YouTube) tout au long du projet, et c'est pourquoi, nous avons jugé important d'inclure ces réflexions des membres de l'équipe qui s'étaient le plus familiarisés avec le processus de signalement propre à la plateforme qui leur avait été attribuée.

Instagram

L'EFFORT PAR RAPPORT À LA VALEUR

Certaines expressions sont apparues dans le cadre de ce thème, comme « Nous n'utilisons pas Instagram pour dénoncer des personnes ». Ce commentaire, ainsi que le consensus général des autres participants concernant leur réticence à signaler le contenu d'autres utilisateurs, a ouvert la voie à une solution. Les participants ont proposé un système de récompense (comme des incitatifs ou un système de points) pour le signalement de désinformation ou de fausses informations. L'effort nécessaire pour signaler un contenu était lié à la valeur de l'incitatif, en particulier chez les jeunes participants.

Les participants souhaitaient un processus (et certaines options et fonctionnalités au sein de ce processus) qui les inciterait à signaler de la désinformation ou de fausses informations. Là encore, il pourrait s'agir d'un type de récompense, mais aussi de différents moyens de faire le suivi du signalement ou d'une manière plus visuellement agréable de signaler le contenu. En d'autres termes, les jeunes veulent que les plateformes « récompensent leurs efforts » de signalement de contenus préjudiciables. Si les participants ont évoqué les motivations intrinsèques et extrinsèques qui les poussent à signaler la désinformation et la mésinformation, ils ont également compris que des récompenses plus extrinsèques pourraient être « instrumentalisées » et avoir un impact sur la valeur des signalements.

L'ACCÈS PAR RAPPORT À LA RESPONSABILITÉ

L'accès a également joué un rôle dans la remise en question de la responsabilité personnelle chez les jeunes de 19 à 22 ans. Ils ont indiqué que les informations sur la manière de signaler la désinformation et la mésinformation sont quelque peu difficiles à trouver, mais conviennent également que le processus place la responsabilité de l'évaluation, de la vérification et du signalement entre les mains des utilisateurs. Les participants ont manifesté une hostilité évidente envers les plateformes.

- Pourquoi les utilisateurs doivent-ils faire tout le travail?
- Pourquoi les entreprises en question n'investissent-elles pas plus d'argent dans un processus de vérification des faits?
- Les décisions relatives aux « informations véridiques » doivent-elles être laissées aux seules entreprises concernées? Que se passe-t-il si elles commettent des erreurs?

Les participants estimaient que les utilisateurs devraient avoir une certaine responsabilité dans la vérification, d'autant plus qu'ils ne peuvent pas être sûrs des motivations de la plateforme.

Cette réflexion de Marc Alexandre Ladouceur (spécialiste de l'éducation aux médias de HabiloMédias) porte sur le langage et les expressions spécifiques utilisés par les participants pour évaluer la manière dont Instagram lutte contre la désinformation et la mésinformation.

LA DÉMOCRATIE DE L'INFORMATION PAR RAPPORT AUX REVENUS

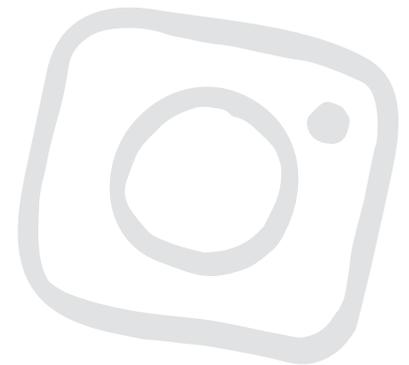
L'accès à l'information et la détermination de sa valeur devraient être une fonctionnalité facilement accessible, selon différents participants. Toutefois, ces participants n'étaient pas convaincus que les plateformes agiraient dans l'intérêt de leurs utilisateurs. Au contraire, les jeunes se demandent pourquoi une plateforme voudrait même vérifier les faits des sources les plus populaires de désinformation et de fausses informations puisque ce contenu attire des visites, des clics et davantage d'utilisateurs.

FAIRE LE BIEN OU FAIRE LA BONNE CHOSE?

Un participant s'est demandé si le signalement de publications et d'utilisateurs en lien avec la désinformation ou la mésinformation, bien que toujours justifié par le contenu, était toujours la bonne chose à faire, en particulier si la personne qui fait le signalement a une dent contre l'utilisateur dénoncé. Une discussion parallèle sur les incitatifs au signalement a suivi. Ici, la motivation au sens égoïste (« Quel est l'avantage pour moi de faire un signalement? ») s'oppose à la valeur éthique du signalement (« En quoi le signalement est-il important? »).

Cette dernière question sur la valeur éthique a soulevé des questions sur la transparence du processus d'examen. Si le signalement n'entraîne aucun changement (significatif) ou ne donne aux utilisateurs qu'une mise à jour à la fin du processus, il n'est pas perçu comme une action valable. Les participants souhaitent un suivi plus détaillé du signalement. Un participant a déclaré qu'un tel suivi l'aiderait à avoir le sentiment de contribuer à une certaine forme de changement.

Une dernière remarque sur les thèmes du vocabulaire : les participants à la première séance sur Instagram ont créé une banque de mots sur l'apparence (esthétique). Le processus de signalement doit être attrayant : il doit être visuellement intégré aux publications que les utilisateurs aiment déjà explorer et apparaître facilement. La banque de mots de la deuxième séance portait sur des questions de confiance et de capacité d'agir. Dans les deux cas, l'action posée (le signalement) n'était pas aussi importante que les sentiments associés à cette action. En d'autres termes, le fait de « savoir comment » faire un signalement a été relégué au second plan derrière ce que les utilisateurs ressentent à l'idée de faire un signalement.



TikTok

En ce qui concerne les options de signalement sur TikTok, la plupart des participants étaient conscients qu'il existait un processus, mais se demandaient s'il offrait une option efficace de lutter contre la désinformation et la mésinformation. Dans les trois groupes, les discussions ressemblaient d'abord à ce que nous pourrions trouver dans une évaluation axée sur les points forts, où les jeunes ont rapidement souligné ce qu'ils aimaient, ou ce qu'ils pensaient être efficace, dans les fonctions de signalement de TikTok. Par exemple, les participants estimaient généralement que TikTok :

- fournit des définitions ou des descriptions claires de la désinformation et des fausses informations;
- offre un outil de signalement qui est facile à utiliser et à parcourir (il est direct et rapide, utilise un langage clair et est visible);
- n'oblige pas les utilisateurs à fournir des documents ou des preuves supplémentaires pour étayer ou justifier leur signalement.

Cependant, après avoir relevé ces points forts, les participants ont admis qu'ils utilisaient rarement le processus de signalement clair et simple que TikTok propose (selon eux), et ce, pour plusieurs raisons.

D'abord, les participants n'étaient pas convaincus qu'un signalement avait véritablement un effet. Même s'ils pensaient qu'un contenu était une fausse information ou de la désinformation, TikTok ne l'interpréterait pas nécessairement comme telle conformément aux lignes directrices de cette communauté. Selon certains participants, même si TikTok supprime certaines fausses informations ou de la désinformation, il en reste encore beaucoup, ce qui a un impact négatif sur leur expérience de l'application.

Ensuite, la plupart des participants ont déclaré qu'ils préféreraient utiliser la fonction « pas intéressé » sur TikTok lorsqu'ils voyaient un contenu qu'ils n'aimaient pas. Ils estimaient que cette fonction était un moyen plus efficace de gérer leur page « Pour toi », un espace qu'ils utilisent pour s'évader et se détendre. Quelques participants ont indiqué qu'ils souhaitaient que TikTok reste une expérience « agréable », « amusante », ou un espace où ils peuvent voir du contenu qui n'augmente pas leur stress ou leur anxiété. En utilisant la fonction « pas intéressé », ils peuvent conserver ces expériences agréables et amusantes sans passer par un processus de signalement plus long et plus incertain.

Cette réflexion de Samantha McAleese (associée de recherche et d'évaluation pour HabiloMédias) porte sur ce que les participants considèrent comme les forces et les faiblesses du processus de signalement de TikTok, ainsi que sur leur désir d'améliorer l'application afin de créer une expérience agréable.

À la fin de l'exercice d'évaluation, la plupart des participants ont indiqué qu'ils essaieraient d'utiliser davantage la fonction de signalement à l'avenir afin que la désinformation et la mésinformation soient supprimées pas seulement pour eux, mais aussi pour *tous* les autres utilisateurs. Toutefois, ils souhaitaient que le processus de signalement soit aussi simple que la fonction « pas intéressé » et voulaient avoir l'assurance que leurs signalements auraient un impact, l'un des participants ayant explicitement exprimé le souhait que TikTok commence à « prendre les signalements plus au sérieux ».

Les participants de tous les groupes d'âge ont formulé des recommandations similaires, notamment :

un processus de vérification plus stricte et un processus de création de comptes plus rigoureux pour lutter contre la présence de comptes de pourriels;

- une meilleure modération et un meilleur contrôle du contenu;
- la révision des lignes directrices de la communauté pour les rendre plus accessibles;
- l'application de conséquences plus sévères pour les comptes qui enfreignent les lignes directrices de la communauté (comme empêcher les utilisateurs de créer un nouveau compte).

Les participants plus âgés ont proposé des solutions plus spécifiques, notamment :

- la mise en place d'une étape supplémentaire demandant aux utilisateurs la raison pour laquelle ils ont cliqué sur le bouton « pas intéressé » afin d'obtenir un signalement plus détaillé;
- un suivi plus détaillé auprès des utilisateurs après un signalement;
- l'embauche davantage d'experts pour vérifier le contenu publié;
- l'ajout d'une invite au bas des vidéos en cours d'évaluation.

Dans l'ensemble, les participants étaient conscients du problème de désinformation et de fausses informations sur TikTok et souhaitaient davantage d'options pour que l'espace reste « agréable » et « amusant ».



Twitter

En raison de la faible participation à la première séance de discussion (auprès de jeunes âgés de 16 à 18 ans), nous n'avons pas réalisé d'évaluation pour Twitter. Nous avons choisi de ne pas inclure Twitter dans cette séance puisque le nombre de participants dans ce groupe était trop faible pour organiser quatre groupes de discussion et que les [données disponibles](#) suggèrent que l'adoption de cette plateforme est faible dans ce groupe d'âge par rapport aux autres plateformes.

Les jeunes âgés de 19 à 22 ans étaient de fervents utilisateurs de Twitter, mais ne connaissaient pas l'outil de signalement. Lorsqu'ils ont découvert le processus, ils ont réagi de manière généralement positive, le trouvant clair et facile à utiliser. L'attention portée aux détails dans la conception de l'outil a donné confiance aux participants dans le fait que les plaintes seraient entendues et prises en compte par Twitter. Toutefois, les mêmes éléments conceptuels qu'ils appréciaient à propos de l'outil, notamment la série de menus à boutons radio, étaient perçus comme un inconvénient si le contenu qu'ils souhaitaient signaler n'entrait pas dans l'une des catégories préétablies.

Les participants de ce groupe d'âge estimaient que l'outil et le processus pouvaient être améliorés comme suit :

- en familiarisant les utilisateurs avec l'outil et en les informant de son existence;
- en faisant en sorte que l'option de la désinformation ou des fausses informations soit explicitement disponible;
- en rehaussant les sanctions en cas de suspension ou de suppression d'un compte en rendant la création de comptes plus rigoureuse, en bloquant les comptes inactifs (pour limiter l'utilisation de comptes « de rechange ») et en suspendant les comptes qui présentent des caractéristiques fréquemment associées aux comptes de pourriel (comme l'absence d'une photo de profil).

En revanche, tous les participants âgés de 23 à 29 ans qui utilisaient Twitter connaissaient l'outil de signalement et plusieurs d'entre eux l'avaient déjà utilisé. Cependant, aucun d'entre eux ne l'a utilisé pour signaler de fausses informations. S'ils estimaient que cet outil les aidait à réagir en cas de harcèlement ou d'abus, ils n'étaient pas convaincus qu'il serait aussi efficace pour la désinformation. (En effet, le fait que l'outil ait été clairement conçu pour signaler les problèmes *interpersonnels* n'a pas convaincu les participants que les utilisateurs penseraient à l'utiliser pour signaler de la désinformation ou de fausses informations ou qu'ils le trouveraient utile pour le faire.)

Cette réflexion de Matthew Johnson (directeur de l'éducation pour HabiloMédias) porte sur les différences d'appréciation ou d'évaluation des outils de signalement de Twitter, notamment des suggestions d'amélioration, entre les groupes d'âge.

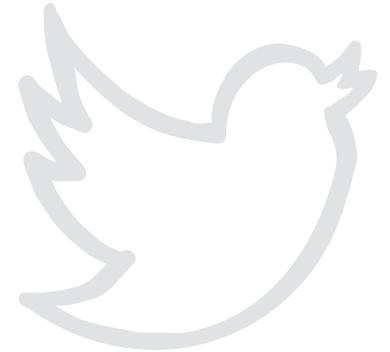
Les jeunes plus âgés ont trouvé l'outil facile à utiliser, mais un participant a fait remarquer que l'insistance sur le signalement de gazouillis *individuels* ne correspondait pas à la manière dont la désinformation et la mésinformation se propagent sur la plateforme.

Si certains participants ont fait état d'expériences positives dans l'utilisation de cet outil pour signaler des abus, ils estimaient également que l'opacité du processus après le signalement d'un gazouillis ne leur permettait pas de déterminer l'utilité du processus. La transparence était au cœur des recommandations de ce groupe, de même que l'assouplissement du processus (p. ex. en ajoutant une zone de texte pour les problèmes non inclus dans la liste ou en permettant aux utilisateurs de fournir un contexte supplémentaire). Cependant, certains participants estimaient que l'outil était mal adapté pour répondre aux signalements de désinformation et de fausses nouvelles en général et que Twitter devrait mettre en place un nouvel outil plus visible. De l'avis général, cet outil ne devrait pas utiliser le terme « signalement », jugé trop étroitement lié aux abus et au harcèlement, mais il n'y avait pas de consensus quant au terme qui devrait le remplacer.

Ce groupe a suggéré que l'approche actuelle de Twitter, même si ses autres recommandations étaient mises en œuvre, faisait peser une trop grande part du fardeau de la réaction à la désinformation et aux fausses informations sur les utilisateurs plutôt que sur la plateforme elle-même. Les suggestions pour y remédier incluaient les suivantes :

- collaborer avec des vérificateurs de faits afin de repérer la désinformation et les fausses nouvelles et d'y répondre;
- utiliser des outils algorithmiques pour repérer les gazouillis qui contiennent de la désinformation ou des fausses informations et les signaler pour qu'ils soient examinés par un modérateur humain.

Cependant, un participant estimait également que les algorithmes de contenu de Twitter, à plus grande échelle, doivent être revus afin qu'ils ne soient plus optimisés pour favoriser le contenu le plus attrayant.



YouTube

La plupart des participants des trois groupes de discussion ont déclaré qu'ils connaissaient les outils de signalement de YouTube et les trouvaient faciles à utiliser. Un participant du groupe des 23 à 29 ans a indiqué que les outils de signalement lui ont semblé plus évidents depuis que la pandémie de COVID-19 nous a confirmé l'importance de signaler la désinformation et la mésinformation. Malgré la facilité d'utilisation, la plupart des participants ont déclaré que le processus de signalement de YouTube ne permettait pas de comprendre clairement ce que sont la désinformation et la mésinformation puisque aucune définition n'est fournie lorsque les utilisateurs cliquent sur le bouton de signalement. Certains participants n'ont pas compris ce qui était considéré comme de la désinformation ou des fausses informations sur YouTube même après avoir lu la définition fournie dans les [lignes directrices de la communauté](#). Ils ont déclaré que des termes comme « contenu présentant un risque important de préjudice majeur » les amènent à penser qu'une publication ou un incident doit être extrême pour justifier un signalement, ce qui n'est pas le cas de toutes la mésinformation.

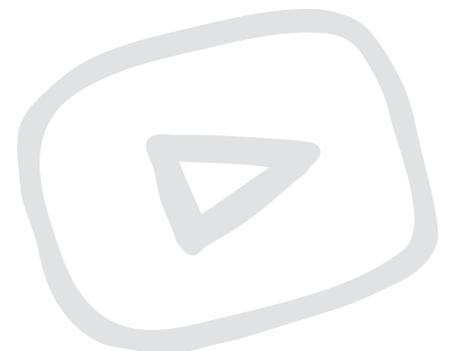
Cette réflexion de Vanessa Turyatunga (assistante de recherche pour HabiloMédias) porte sur l'importance d'un processus de signalement clair, transparent et efficace sur YouTube.

Les participants ont exprimé une confusion similaire lorsqu'ils se sont demandé si les outils de signalement de YouTube offraient un processus efficace pour lutter contre la désinformation et la mésinformation. En plus de réitérer leur confusion sur ce qui est considéré comme de fausses informations, de nombreux participants de chaque groupe d'âge estimaient qu'il y avait un manque de transparence quant à ce qui se passe *après* le signalement d'une vidéo. Les groupes des 16 à 18 ans et des 19 à 22 ans ont déclaré que l'outil de signalement semblait incohérent dans certains cas puisqu'ils avaient vu des vidéos supprimées sans raison valable, alors que des vidéos qui devaient à leur avis être supprimées restaient sur YouTube malgré un signalement. Les participants ne savaient pas non plus si des robots ou de vraies personnes examinaient les contenus signalés, se demandaient pourquoi les personnes qui n'ont pas de compte sur YouTube ne pouvaient pas signaler une vidéo, et se demandaient à quoi ils devaient s'attendre après avoir signalé une vidéo. Dans tous les groupes d'âge, cette question a entraîné une discussion sur le fait que les utilisateurs semblent devoir se fier à leurs propres interprétations et naviguer le processus de signalement sans guère de conseils de la part de YouTube. Bien que certains participants aient déclaré que les utilisateurs et la plateforme devraient partager une certaine responsabilité dans le signalement de la désinformation et des fausses informations, le consensus général était que la responsabilité incombe principalement aux utilisateurs.

Lorsque nous leur avons demandé ce qu'ils changeraient, tous les participants ont suggéré de rendre le processus plus clair, plus cohérent et plus transparent. Voici certaines de leurs suggestions :

- fournir une brève explication des notions de désinformation et de fausses informations dans l'outil de signalement et utiliser un langage plus accessible et plus clair pour fournir des explications supplémentaires dans les lignes directrices de la communauté (il convient de noter que certains participants s'inquiètent du fait que les utilisateurs risquent d'ignorer l'ajout d'informations supplémentaires à l'outil de signalement);
- rendre plus transparent le processus de signalement, notamment en décrivant les raisons pour lesquelles un contenu a été signalé ou supprimé et en indiquant aux utilisateurs si de vraies personnes examinent le contenu signalé;
- utiliser des vérificateurs de faits indépendants pour examiner les contenus signalés. Les utilisateurs devraient également pouvoir commenter les contenus signalés;
- lutter contre la désinformation de manière proactive en surveillant les tendances, en signalant automatiquement certains mots clés ou sujets, et en utilisant des robots pour vérifier les vidéos avant de les publier;
- créer un onglet distinct pour les vidéos populaires vérifiées afin d'encourager les contenus qui ne contiennent pas de fausses informations, ou proposer une échelle de classement (un peu comme celle pour les films) qui signale aux utilisateurs les vidéos qui sont susceptibles de contenir de fausses informations;
- améliorer la cohérence de l'outil de signalement, par exemple en permettant aux utilisateurs de faire un signalement sans compte et en offrant les mêmes options de signalement pour tous les aspects de YouTube (p. ex. les participants ont remarqué qu'il y avait moins d'options disponibles pour le signalement d'une vignette que pour une vidéo).

Ces réflexions des animateurs et les discussions qui ont eu lieu au cours de notre séance d'analyse collaborative ont incité l'équipe de recherche à entreprendre une analyse supplémentaire comparant les processus de signalement de chaque plateforme. Les résultats de cette brève analyse comparative sont présentés dans la section suivante.



Résumé des processus de signalement des plateformes

	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
Le processus de signalement vous fait-il sortir de l'application (p. ex. dans un navigateur Web)?	Non	Non	Non	Non
Existe-t-il une option permettant de signaler spécifiquement de la désinformation ou de fausses informations?	Oui	Oui	Non	Oui
La plateforme fournit-elle une définition de la désinformation et des fausses informations?	Non	Oui	Non	Non
Le processus vous oriente-t-il à un moment ou à un autre vers les lignes directrices de la communauté de la plateforme?	Oui	Oui	Non	Oui
La plateforme informe-t-elle les utilisateurs de ce qui se passe après qu'ils aient signalé un contenu?	Oui	Oui	Oui	Oui

Comme nous l'indiquons plus en détail dans la section suivante, la présence de l'un ou de tous ces éléments ne se traduit pas nécessairement par un processus *significatif* pour les utilisateurs qui souhaitent signaler de la désinformation ou de fausses informations. Par exemple, si quelques plateformes fournissent une définition de la désinformation ou des fausses informations, ces définitions ne sont pas nécessairement assez claires ou complètes pour que tous les utilisateurs soient sûrs de ce qu'ils doivent signaler dans le cadre de cette option. Aussi, si TikTok mentionne ses lignes directrices après qu'un utilisateur ait fait un signalement, aucun lien ne permet d'accéder directement à ce document, comme c'est le cas d'autres plateformes comme Instagram et YouTube.

Si toutes les plateformes informent les utilisateurs de ce qui passera *après* un signalement, chaque plateforme fournit des détails variables sur ce processus et des degrés de suivi variables après le signalement. Par exemple, Twitter explique

étape par étape de quelle façon le signalement sera examiné, tandis qu'Instagram se contente d'envoyer aux utilisateurs un message les remerciant de leur signalement et indiquant que leurs commentaires sont importants pour aider la plateforme à assurer la sécurité de la communauté Instagram. YouTube est la seule plateforme qui envoie un courriel directement aux utilisateurs après qu'ils aient fait un signalement qui comprend des renseignements plus détaillés sur le processus d'examen, tandis qu'Instagram, Twitter et TikTok semblent opter pour des notifications intégrées à l'application¹⁸. Les plateformes informent également les utilisateurs lorsqu'un signalement est examiné et qu'une décision est prise (là encore, parfois par courriel et parfois par une notification intégrée à l'application). Toutefois, comme nous le soulignons dans la section suivante, les participants souhaitent généralement obtenir davantage de renseignements sur la manière dont les signalements sont évalués et dont les décisions sont prises par les plateformes.

¹⁸ Cet exercice d'analyse comparative a été réalisé par un membre de l'équipe de recherche qui a répondu à ces questions après avoir signalé de la désinformation ou de fausses informations sur chacune des plateformes. Cet exercice a pris fin en mars 2023, et nous tenons à préciser que les plateformes procèdent régulièrement à des mises à jour et à des modifications de leurs processus de signalement et de leurs lignes directrices à l'intention de la communauté.

Plateformes et signalements : ce que nous avons entendu

Dans la présente section, nous traitons des expériences, des préoccupations et des points de vue des jeunes âgés de 16 à 29 ans qui ont participé aux groupes de discussion et à l'exercice d'évaluation.

Discussions préliminaires

Lors de nos discussions préliminaires avec les participants, nous avons posé des questions pour savoir s'ils avaient récemment vu de la désinformation ou de fausses informations en ligne, à quel endroit ils les avaient vues, de quelle façon ils réagissaient habituellement, et s'ils pensaient qu'il était important que les plateformes signalent ce type de contenu. Dans les trois groupes, tous les participants qui ont répondu ont dit qu'ils avaient vu de la désinformation ou de fausses informations en ligne dans les deux semaines qui ont précédé notre séance. Dans leurs réponses, les jeunes ont parlé de chaque plateforme que nous avons évaluée dans le cadre de ce projet (Instagram, TikTok, Twitter et YouTube), ainsi que d'autres sources de désinformation et de fausses informations, notamment Facebook, WhatsApp, les sites d'information et les jeux vidéo.

- « J'ai l'impression d'en voir tout le temps et je dois faire attention, surtout sur TikTok. » (Groupe des 16 à 18 ans)
- « Il y a beaucoup de désinformation sur Twitter, dans la section des commentaires. Les gens publient des choses qui sont très trompeuses. » (Groupe des 16 à 18 ans)
- « WhatsApp est une grande source de désinformation au sein de la famille. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Certains participants ont exprimé des inquiétudes spécifiques concernant les créateurs de contenu qui, selon eux, ont pour seul objectif de publier des informations fausses ou trompeuses.

- « Je vois beaucoup de fausses informations sur Instagram et TikTok. Et il y a aussi beaucoup de faux créateurs de contenu. » (Groupe des 16 à 18 ans)

Un participant a suggéré que les influenceurs des médias sociaux peuvent jouer un rôle dans la propagation de fausses informations, surtout lorsqu'ils critiquent des produits et en font la promotion et qu'ils sont payés pour le faire.

- « Les influenceurs des médias sociaux essaient de nous vendre des produits sans les avoir essayés. Ils donnent leurs codes de promotion, mais je ne sais pas si ces produits ont été testés. » (Groupe des 19 à 22 ans)
- « Je suis abonné à une page de sports sur Facebook et je vois de fausses informations : des gens vendent de faux t-shirts portant un logo d'équipe. Ils utilisent parfois des handicaps pour donner l'impression qu'il faut acheter le t-shirt. Ils disent par exemple que leur enfant atteint d'autisme a dessiné ce t-shirt, mais ce n'est manifestement pas vrai. » (Groupe des 23 à 29 ans)

D'autres ont souligné que les actualités politiques, ou le contenu relatif aux élections, peuvent souvent être « biaisés et trompeurs ». Les participants plus âgés ont explicitement fait part de leurs préoccupations concernant les informations sur la santé, y compris le contenu lié à la pandémie de COVID-19. Dans l'ensemble, il était clair que de rencontrer de la désinformation et de fausses informations est devenu une partie normale et fréquente de l'expérience en ligne des jeunes à la grandeur du Canada.

Lorsque nous avons demandé aux participants ce qu'ils faisaient lorsqu'ils voyaient de la désinformation ou de fausses informations en ligne, nous avons entendu une variété de réponses. Certains ont indiqué qu'ils avaient tendance à ignorer les publications ou le contenu.

« J'ai vu beaucoup de désinformation et de fausses informations, surtout sur Instagram. Je dois faire attention. J'essaye de les ignorer. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« En général, j'ignore ces publications, sauf s'il s'agit de quelque chose de néfaste. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« Si je sais que quelque chose n'est pas vrai, je ne commente pas. Je suis plutôt un utilisateur passif. Si je suis curieux ou que l'information est importante, je consulte Google pour voir combien de sources soutiennent cette information. » (Groupe des 19 à 22 ans)

« J'ignore l'information lorsqu'elle est publiée dans un groupe public parce que c'est compliqué de se disputer avec les gens. » (Groupe des 23 à 29 ans)

« La désinformation ou la mésinformation qui me touchent le plus sont celles qui encouragent le sectarisme, qu'il s'agisse de stéréotypes raciaux, sexuels, transphobes ou religieux. Ça me demande tellement d'énergie que j'essaye de décrocher et de prendre mes distances. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Bon nombre de jeunes ont dit qu'ils ignoraient le contenu, soit parce qu'il leur prenait trop de temps et d'énergie, soit parce qu'ils ne voulaient pas attirer davantage l'attention sur la publication ou le compte.

« Les interactions engendrent d'autres interactions et nous font perdre du temps et de l'énergie. »

(Groupe des 23 à 29 ans)

« Les gens veulent avoir ces interactions. C'est pour ça qu'ils le font. Ils veulent avoir du pouvoir. Ils agissent ainsi parce qu'ils savent quel type de réaction se produira. » (Groupe des 23 à 29 ans)

D'autres tentent de vérifier l'information parce qu'ils veulent savoir s'il s'agit de « propagande » ou de « faussetés ».

« Je dois toujours vérifier l'information ensuite pour m'assurer qu'elle est vraie ou pas. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« J'essayerais définitivement de vérifier l'information et de faire quelque chose s'il ne s'agit que de propagande ou de faussetés. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« J'essaye de découvrir la vérité et de savoir ce qui se passe. Je pense qu'une partie de la désinformation vise à découvrir la vérité ou à savoir ce qui se passe réellement. Je ne peux pas simplement ignorer l'information. Si j'en ai le pouvoir, j'essaye de découvrir la vérité parce qu'il a peut-être une raison. » (Groupe des 23 à 29 ans)

L'une des stratégies de vérification consistait à s'appuyer sur la section des commentaires pour déterminer si une publication partageait des informations exactes.

« Je consulte les commentaires pour voir ce que les gens disent. Parfois, même si vous savez qu'une information n'est pas vraie, vous avez tendance à faire confiance aux commentaires. La perception des autres change la mienne. » (Groupe des 19 à 22 ans)

Certains jeunes ont déclaré qu'ils aimaient avoir une conversation avec leurs amis lorsqu'ils rencontraient des informations dont ils n'étaient pas sûrs.

« Lorsque les choses deviennent virales très rapidement, c'est difficile de savoir. Je parle à mes amis de ce qui est vrai et de ce qui ne l'est pas. »

(Groupe des 19 à 22 ans)

Toutefois, d'autres participants ont indiqué que leurs amis étaient parfois à l'origine de fausses informations. Un participant a exprimé ce point de vue à propos d'histoires concernant des ballons météorologiques qui circulaient lorsque nous avons organisé ces groupes de discussion.

« Mon ami m'a envoyé la publication qui disait qu'ils avaient trouvé un extraterrestre dans un ballon. Je l'ai d'abord cru, puis je suis allé voir sur Internet. »

(Groupe des 19 à 22 ans)

Les participants plus âgés ont déclaré qu'ils étaient plus susceptibles de réagir à des messages faux ou trompeurs s'ils provenaient d'une personne proche.

« J'essaie de faire savoir à ma famille que ce sont de fausses informations. Je leur donne un contrepois à ce qu'ils m'envoient. » (Groupe des 23 à 29 ans)

« Si l'information est partagée par des personnes que je connais personnellement, je leur parle et leur explique qu'elle est fausse. » (Groupe des 23 à 29 ans)

« Si la personne fait partie de mon cercle personnel, je lui parle en personne, pas sur les plateformes. »

(Groupe des 23 à 29 ans)

Certains participants ont dit qu'ils signalaient la désinformation et la mésinformation, surtout lorsque le contenu est inapproprié ou qu'il s'agit d'une arnaque, et même s'ils considèrent qu'il est utile de le faire, ils n'étaient pas sûrs de l'impact d'un tel signalement. Quelques participants ont indiqué qu'ils ne faisaient pas toujours des signalements « formels », mais qu'ils préféraient commenter la publication pour indiquer aux autres utilisateurs que le contenu est trompeur.

« Les gens publient constamment. On ne sait jamais ce qu'on va voir. Il y a souvent du contenu pour adultes qui n'est pas repéré. J'ai rejoint les médias sociaux quand j'avais 11 ans, et c'est terrifiant de penser que j'aurais pu voir ce genre de choses. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« Je pense que les gens publient de fausses informations pour gagner des abonnés. Parfois, ces fausses informations peuvent mettre les gens dans des situations déplorables. Nous devons signaler la mésinformation et, si nous les avons, partager les bonnes informations. »

(Groupe des 23 à 29 ans)

Les jeunes ont expliqué que la motivation derrière leur signalement est parfois personnelle. Par exemple, un participant (groupe des 16 à 18 ans) a raconté que quelqu'un avait publié sur son fil d'actualités le décès d'un ami qui n'était pas mort. D'autres ont clairement indiqué qu'ils avaient choisi de signaler de fausses informations qui les visaient ou qui visaient des personnes proches.

« Si la désinformation dit quelque chose de mal sur moi ou d'autres personnes, je la signale. »

(Groupe des 16 à 18 ans)

Pour conclure ces discussions préliminaires et préparer l'activité d'évaluation, nous avons demandé aux participants s'ils pensaient qu'il était important que les plateformes soient plus actives dans le signalement de la désinformation et des fausses informations. La plupart ont répondu par l'affirmative et expliqué qu'il était important que les plateformes jouent ce rôle en raison des impacts potentiels de la désinformation et des fausses informations et de la nécessité de « protéger les utilisateurs ».

« Il est important que les plateformes signalent la mésinformation afin d'enrayer leur propagation. »
(Groupe des 16 à 18 ans)

« À mon avis, il est important que les plateformes luttent contre la désinformation et la mésinformation puisque ces informations ont induit en erreur des personnes qui n'étaient pas suffisamment informées. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« Tout le monde peut être affecté par la désinformation et la mésinformation, mais c'est particulièrement important de protéger les populations vulnérables. Par exemple, les personnes âgées sont peut-être susceptibles de penser que les informations sont vraies. Pas seulement les personnes âgées, mais les enfants aussi. Les jeunes enfants utilisent des plateformes où la mésinformation se propagent rapidement. Il est important de leur apprendre à s'y retrouver. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Bien que les jeunes aient exprimé le désir de voir les plateformes jouer un rôle plus important dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation, même lors des premières discussions, ils doutaient que les plateformes le fassent.

« Oui, elles devraient signaler le contenu inapproprié. Mais les contenus controversés ont du poids et suscitent des interactions, alors pourquoi les plateformes essaieraient-elles d'en détourner les utilisateurs? » (Groupe des 23 à 29 ans)

D'autres se sont interrogés sur l'efficacité de leurs signalements ou se sont demandé si les plateformes signalaient et les supprimaient les bons contenus.

« Oui, mais est-ce qu'elles le font efficacement? C'est là le problème. Je ne pense pas qu'elles fassent un très bon travail parce qu'elles signalent parfois des informations qui ne sont pas inappropriées. Par exemple, Instagram supprime des informations factuelles de mon compte professionnel, mais laisse de fausses informations sur mon compte personnel. »
(Groupe des 19 à 22 ans)

« Oui, mais il est aussi important de comprendre comment les algorithmes affectent le signalement. Qui décide de ce qu'est de la désinformation ou une fausse information pour chaque utilisateur? » (Groupe des 23 à 29 ans)

Certains ont souligné le désir de voir des « personnes réelles » qui assurent la surveillance, la modération et le signalement des contenus sur les plateformes de médias sociaux.

« Si je possédais l'une de ces entreprises qui valent des milliards de dollars, j'embaucherais des gens qui s'assureraient que le contenu est sûr et approprié avant qu'il soit publié. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« De vraies personnes devraient réviser le contenu. Il faut que des humains s'en chargent. » (Groupe des 19 à 22 ans)

Pendant les séances en petits groupes, les participants ont donné des précisions sur ces expériences, préoccupations et solutions potentielles dans leur évaluation des mécanismes de signalement des plateformes spécifiques. Les résultats de cette évaluation sont résumés dans la section suivante.

Activité d'évaluation

Après les discussions préliminaires, les participants ont été séparés en petits groupes afin d'évaluer les politiques et les procédures d'une plateforme sociale précise pour enrayer la désinformation et la mésinformation en ligne. Nous avons animé cet exercice d'évaluation pour chacune des plateformes, soit Instagram, TikTok, Twitter et YouTube. Le tableau ci-dessous résume les résultats de cette activité d'évaluation collaborative.

1. Avez-vous déjà vu ces outils pour signaler de la désinformation ou de fausses informations sur cette plateforme?

Groupe d'âges	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
16 à 18 ans	La plupart ont répondu par la négative.	La plupart ont répondu par la négative.	n/a**	Tous ont répondu par l'affirmative.
19 à 22 ans	La plupart ont répondu par l'affirmative.	La plupart ont répondu par l'affirmative.	Tous ont répondu par la négative.	Tous ont répondu par l'affirmative.
23 à 29 ans	n/a*	La plupart ont répondu par l'affirmative.	Tous ceux qui avaient utilisé Twitter ont répondu par l'affirmative.	La plupart ont répondu par l'affirmative.

2. Cet outil vous donne-t-il une définition ou une compréhension claire de ce que sont la désinformation et la mésinformation?

Groupe d'âges	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
16 à 18 ans	La plupart ont répondu par la négative—Il faut chercher l'outil. Le langage doit être plus clair. Les participants ont tendance à éviter plutôt qu'à signaler.	Tous ont répondu par l'affirmative—L'outil est utile et incite les participants à s'arrêter et à lire.	n/a**	La plupart ont répondu par l'affirmative. Mais...L'outil n'est pas clair ou cohérent et n'explique pas ce que sont la désinformation.
19 à 22 ans	La plupart ont répondu par la négative—Instagram ne donne pas de définition et il est peu probable que les gens cherchent des définitions avant d'ouvrir un compte.	La plupart ont répondu par l'affirmative. Mais...Il y a plusieurs étapes à franchir et tout le monde n'est pas prêt à le faire.	La plupart ont répondu par l'affirmative—L'outil donne des informations sur les motifs du signalement et des exemples parmi lesquels choisir.	La plupart ont répondu par la négative—L'outil ne donne pas de définition claire et les catégories de signalement sont vagues.
23 à 29 ans	n/a*	Tous ont répondu par l'affirmative—L'outil donne une bonne description.	Certains ont répondu par l'affirmative et d'autres par la négative—L'outil n'est pas clair que pour quelqu'un qui connaît déjà les concepts. Il ne semble pas conçu pour signaler de la désinformation ou de fausses informations.	La plupart ont répondu par la négative—Le langage prête à confusion, et ne définit pas clairement ce que les utilisateurs devraient et ne devraient pas signaler.

*Nous n'avons pas inclus Instagram dans le groupe des 23 à 29 ans puisque nous avons organisé un groupe de discussion bilingue sur YouTube qui a nécessité deux animateurs pendant cette séance.

**Nous n'avons pas inclus Twitter dans le groupe des 16 à 18 ans puisque le nombre de participants était trop faible pour organiser quatre séances en petits groupes et que [les données disponibles](#) suggèrent que l'adoption de cette plateforme est faible dans ce groupe d'âge par rapport à d'autres plateformes.

3. Cet outil ou processus est-il facile à utiliser?

Groupe d'âges	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
16 à 18 ans	La plupart ont répondu par la négative—Le processus est trop long et dépend grandement de ce que l'utilisateur fait.	Tous ont répondu par l'affirmative. Mais...Il est difficile de savoir ce qui est considéré comme une violation. Il est difficile à trouver. Le processus semble prendre beaucoup de temps et ne fonctionne pas toujours.	n/a**	Tous ont répondu par l'affirmative—L'outil est simple à utiliser et le processus n'est pas très long.
19 à 22 ans	La plupart ont répondu par l'affirmative—Il est difficile de trouver l'information au départ.	La plupart ont répondu par l'affirmatif—Le langage utilisé est clair et bref. Un simple clic sur un bouton suffit.	Certains ont répondu par l'affirmative et d'autres par la négative.—Les options offertes sont faciles à repérer, mais il est difficile de signaler du contenu qui ne correspond pas aux exemples donnés.	La plupart ont répondu par l'affirmative. Mais...L'outil n'est pas bien conçu. Il ne fonctionne pas toujours bien et ne donne pas beaucoup d'informations.
23 à 29 ans	n/a*	Tous ont répondu par l'affirmative—L'outil est rapide et accessible, donne une bonne définition et guide les utilisateurs étape par étape.	La plupart ont répondu par l'affirmative.—La navigation semble facile, mais seulement si l'option est offerte. Le processus peut parfois être contraignant.	Certains ont répondu par l'affirmative, mais la plupart n'étaient pas sûrs—Il est facile à utiliser, mais il est difficile de comprendre ce qu'il faut signaler.

4. Croyez-vous que cet outil ou cette approche offre aux utilisateurs un processus efficace pour lutter contre la désinformation et la mésinformation sur la plateforme?

Groupe d'âges	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
16 à 18 ans	La plupart ont répondu par la négative—Les utilisateurs ne savent pas si le signalement aura un impact ou des conséquences. Il faut chercher d'autres informations auprès d'une source vérifiée.	La plupart ont répondu par l'affirmative—Un grand nombre de vidéos ont été signalées et supprimées, mais il en reste beaucoup. Les participants ne l'avaient pas utilisé auparavant, mais le feront désormais plus souvent.	n/a**	Tous ont répondu par la négative—Les explications ne sont pas claires ou exactes. Le fardeau du signalement repose sur les utilisateurs.
19 à 22 ans	Certains ont répondu par l'affirmative et d'autres par la négative.—La méthode qui consiste à signaler une information et à ne plus y penser ensuite n'est pas très utile. Il s'agit d'une grande plateforme, la modération est faible et la plateforme est peu susceptible de changer.	La plupart ont répondu par l'affirmative. Mais... La solution est temporaire parce qu'il y a encore beaucoup de fausses informations. TikTok a besoin d'un processus de vérification plus poussé.	La plupart ont répondu par l'affirmative—Les participants estiment qu'il est probable qu'ils reçoivent une réponse positive à leur signalement.	La plupart ont répondu par la négative—Il y a trop de problèmes potentiels. Le processus de suivi du signalement n'est pas transparent. Les différentes fonctionnalités de signalement manquent de cohérence.
23 à 29 ans	n/a*	Tous ont répondu par la négative—Le processus de suivi du signalement n'est pas clair. Souvent, les utilisateurs éliminent des éléments de leurs fils d'actualités en choisissant l'option « Pas intéressé ». Il est probable que le signalement ne se fasse que si le problème est personnel.	La plupart ont répondu par la négative—Il ne s'attaque pas à la cause première du préjudice. Le processus n'est pas instinctif. Le processus de suivi du signalement n'est pas clair.	Tous ont répondu par la négative—Le fardeau du signalement incombe aux utilisateurs alors qu'il devrait plutôt relever du personnel de la plateforme. Le processus de suivi du signalement n'est pas clair.

*Nous n'avons pas inclus Instagram dans le groupe des 23 à 29 ans puisque nous avons organisé un groupe de discussion bilingue sur YouTube qui a nécessité deux animateurs pendant cette séance.

**Nous n'avons pas inclus Twitter dans le groupe des 16 à 18 ans puisque le nombre de participants était trop faible pour organiser quatre séances en petits groupes et que [les données disponibles](#) suggèrent que l'adoption de cette plateforme est faible dans ce groupe d'âge par rapport à d'autres plateformes.

5. Selon vous, quelles sont les lacunes de cette approche ou de ces processus pour lutter contre la désinformation et la mésinformation?

Qu'est-ce qui faciliterait le signalement?

Quels types d'outils, de concepts, de processus ou d'explications seraient utiles?

Quels changements apporteriez-vous?

Groupe d'âges	Instagram	TikTok	Twitter	YouTube
16 à 18 ans	Les réponses à ces questions sont résumées dans la section sur les recommandations du présent rapport.			
19 à 22 ans				
23 à 29 ans				

Discussions finales

À la fin de chaque séance de discussion, nous avons demandé aux participants de nous dire s'ils estiment que les plateformes en ligne en font assez pour lutter contre la désinformation et la mésinformation et s'ils faisaient confiance aux plateformes pour les tenir informés et les protéger en ligne. Ils s'entendaient pour dire que ce n'était pas le cas. Les participants estiment tous que les plateformes n'en font pas assez, et la plupart d'entre eux ne font pas confiance aux plateformes pour les informer et les protéger en ligne.

- « Elles prennent certaines mesures, comme désactiver des comptes, mais ce n'est pas suffisant. S'il n'y a pas de signalement, il ne se passe rien. » (Groupe des 16 à 18 ans)
- « Les plateformes nous montrent un tas de publicités, mais jamais sur les mécanismes de signalement . » (Groupe des 16 à 18 ans)
- « J'espère que les plateformes pourront en faire un peu plus à l'avenir pour que je puisse leur faire confiance pour assurer ma sécurité en ligne. » (Groupe des 16 à 18 ans)
- « Les plateformes pourraient faire mieux. » (Groupe des 19 à 22 ans)
- « Je ne pense pas qu'il se fait suffisamment de modération. » (Groupe des 19 à 22 ans)
- « Je ne pense pas que les plateformes en font assez, et je pense que la plupart des utilisateurs de médias sociaux sont conscients de l'ampleur de la désinformation en ligne, mais ne savent pas comment déchiffrer exactement ce qui constitue de la désinformation en raison des processus de filtrage inadéquats. » (Groupe des 19 à 22 ans)
- « Non, je ne leur fais pas confiance. » (Groupe des 19 à 22 ans)

Les jeunes ont réitéré leurs préoccupations concernant les valeurs que privilégient les plateformes. Ils ont notamment insisté sur le fait que les plateformes sont motivées par l'utilisation et les interactions, ce qui a un impact négatif sur la modération du contenu par une plateforme (et, le cas échéant, l'efficacité de la modération).

« Il est plus important pour elles que les utilisateurs restent sur la plateforme. » (Groupe des 19 à 22 ans)

« Je pense que les plateformes en ligne seront toujours plus intéressées par les bénéfices qu'elles peuvent tirer de mes données que par mon humanité réelle. Je ne leur fais pas confiance. » (Groupe des 23 à 29 ans)

« Ça va à l'encontre de l'image des médias sociaux. Ils veulent que les utilisateurs y naviguent le plus longtemps possible. Ils n'ajouteront certainement pas d'étapes supplémentaires. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Ils se sont également dits préoccupés par le fardeau relatif au signalement qui incombe aux utilisateurs.

« Il incombe aux utilisateurs de faire des signalements, et je crois que c'est le plus gros problème des plateformes en ligne. » (Groupe des 16 à 18 ans)

Les jeunes voulaient faire confiance aux plateformes qu'ils utilisent et ont continué, lors de cette dernière discussion, de proposer davantage de solutions potentielles.

« L'information ou le contenu (vidéo ou audio) devrait être examiné avant qu'il ne soit autorisé à être publié sur la plateforme. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« Les plateformes devraient faire davantage pour sensibiliser les utilisateurs à ce qu'est la désinformation et à la manière dont les utilisateurs peuvent la signaler. » (Groupe des 16 à 18 ans)

« Les plateformes pourraient peut-être offrir des incitatifs aux utilisateurs qui signalent de fausses informations, comme la fonction des cadeaux sur TikTok ou un système de points sur Instagram, ce qui encouragerait les signalements, mais la fonctionnalité peut aussi être utilisée pour les mauvaises raisons. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Certains participants ont souligné ou soutenu un rôle plus déterminant de la part des gouvernements dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation en ligne.

« Peu importe ce que fait la plateforme, j'ai l'impression qu'elle peut nous dire n'importe quoi. Le gouvernement doit intervenir maintenant pour réglementer les plateformes et les forcer à lutter contre la désinformation. Nous avons laissé le secteur privé s'en charger pendant trop longtemps, et les plateformes n'ont aucun intérêt public à lutter contre la désinformation. Ça ne leur apporte rien. Elles ne font pas plus de bénéfices. Elles ne sont pas incitées à le faire. » (Groupe des 23 à 29 ans)

Dans l'ensemble, le manque de confiance des participants dans la capacité des plateformes d'enrayer la désinformation et la mésinformation, de les tenir informés et d'assurer leur sécurité en ligne était évident tout au long des trois séances de discussion. Même s'il s'agit de communautés en ligne que les participants choisissent et veulent fréquenter pour diverses raisons (p. ex. lien social, création de contenu, engagement dans la communauté, divertissement), ils admettent que l'absence de modération humaine du contenu et d'outils efficaces pour signaler la désinformation et la mésinformation sur des plateformes comme Instagram, Twitter et YouTube a un impact négatif sur leur expérience.

Changer l'*ambiance* : les impacts de la conception des plateformes sur la lutte contre la désinformation et la mésinformation

Dans la présente étude, les participants ont répondu à des questions et réalisé une évaluation qui leur demandait de déterminer si une plateforme en ligne pouvait accroître ses efforts de lutte contre la désinformation et la mésinformation. Les participants ont eu de la difficulté à cette étape puisqu'ils ne voyaient pas comment cette responsabilité de lutter contre la désinformation et la mésinformation s'inscrivait dans l'*ambiance* de la plateforme. Vous vous souviendrez que les participants ont souligné que l'*ambiance* de ces espaces encourageait ce que plusieurs ont appelé « l'utilisation passive » des médias sociaux. L'authentification et la vérification semblaient diamétralement opposées, exigeant un engagement plus actif sur la plateforme et avec elle. En d'autres termes, les participants ont souligné ce que la recherche a également constaté, c'est-à-dire que l'*ambiance* d'une plateforme incite les utilisateurs à *s'éloigner* des enjeux d'exactitude plutôt qu'à s'y intéresser¹⁹.

Malgré le consensus général selon lequel l'*ambiance* des plateformes encourage une utilisation décontractée, comme il en est question dans la section « [Ce que nous avons entendu](#) » ci-dessus, les participants étaient convaincus que le travail d'authentification et de vérification des informations dans ces espaces incombe principalement aux utilisateurs. Les participants ont utilisé diverses pratiques de vérification, y compris celles qui s'inscrivent dans les [pratiques exemplaires](#), comme la vérification de la source originale, la vérification d'autres sources et le signalement d'un contenu comme étant faux ou trompeur. Toutefois, les jeunes plus âgés ont expliqué qu'ils consultaient parfois la section des commentaires pour évaluer la réaction à la publication et tenter de déterminer, sur la base des commentaires, si la publication est vraie ou non.

Ce désir de « communauté » ou de consensus de la part des pairs est conforme à nos [précédentes recherches](#), qui ont montré que l'harmonie ou la cohésion sociale (en particulier avec les amis et la famille) est importante pour les jeunes adultes. Il est important pour les jeunes de maintenir leur capital social auprès de leurs groupes de pairs et des autres utilisateurs de la plateforme et de ne pas « faire de vagues » en remettant directement en question les normes et les valeurs perçues par le groupe. De même, les participants à cette étude ont expliqué qu'ils « ne voulaient pas se disputer » parce que la désinformation et la mésinformation sont souvent partagées pour susciter la controverse et perturber intentionnellement l'harmonie sociale, en particulier lorsqu'elles sont liées à d'autres préjugés comme le sectarisme et la haine en ligne.



19 Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A., Eckles, D., et Rand, D. (2020). « Understanding and reducing the spread of misinformation online ». Dans *Advances in Consumer Research Volume 48*. Ed. J. Argo, T.M. Lowrey, et H.J. Schau. Duluth, MN : Association for Consumer Research, p. 863-867.

Les participants avaient plutôt tendance à s'appuyer sur l'*ambiance* de la plateforme, ce qui leur a permis d'ignorer, de décrocher et de continuer de naviguer. Ce constat est également conforme à nos [précédentes recherches](#), dans lesquelles la cohésion sociale était un facteur primordial dans la décision des jeunes de ne pas interagir lorsqu'ils voyaient de la haine en ligne.

Dans cette étude, nous avons une fois de plus entendu de jeunes Canadiens exprimer leur crainte ou leur inquiétude face à l'escalade des confits en observant que « les interactions engendrent les interactions », craignant que des interactions avec des « comptes publics ou très médiatisés » ne fassent d'eux une cible ou n'alimentent les algorithmes de recommandation, ce qui entraînerait davantage de désinformation et de fausses informations plutôt qu'une diminution. Bien que les participants se sentaient beaucoup plus à l'aise d'aborder la question de la désinformation et des fausses informations en ligne avec des personnes qu'ils connaissent (surtout les amis et la famille), ils préféraient les approches relationnelles comme les discussions hors ligne ou en face-à-face avec la personne qui les a publiées²⁰. Dans ce cas, et étant peut-être motivés par un sentiment de loyauté envers leur famille et leurs amis, ils ont activement choisi de *s'éloigner* de la plateforme, et dans bon nombre de cas, de cesser complètement leurs échanges sur la plateforme.

Les participants ont également fait exception à la règle qui consiste à « continuer de naviguer » lorsqu'ils sont tombés sur ce qu'ils ont appelé « du contenu ou des idées vraiment discutables », en particulier s'ils pensaient qu'ils pouvaient causer du tort hors ligne ou la mort. Dans ces cas, les participants ont exprimé leur responsabilité de partager des informations « exactes », « vraies » ou « fiables » s'ils le pouvaient. Dans ce cas également, ils ont consciemment choisi de perturber l'*ambiance*, de quitter la plateforme et de chercher activement sur Internet d'autres sources d'information fiables, comme les actualités grand public, où ils pensaient que les normes de vérification étaient plus strictes.

Ces perturbations étaient frustrantes pour les participants, qui ne voulaient pas perturber l'*ambiance* de la plateforme (en d'autres termes, ils ne voulaient pas que leur expérience soit perturbée en devant quitter l'application et y revenir). Les participants ont expliqué qu'ils se rendaient souvent sur ces plateformes pour « décrocher », « se détendre » et « décompresser ». Cependant, au fur et à mesure de l'exercice d'évaluation, ils ont commencé à réfléchir à la manière dont leur passivité était conditionnée par l'*ambiance* de la plateforme, qui leur était communiquée et transmise au moyen d'algorithmes, d'éléments conceptuels et des valeurs qu'une plateforme s'engage à respecter dans ses conditions d'utilisation et les lignes directrices de la communauté. D'une part, les participants ont commencé à comprendre que les utilisateurs ont un important rôle à jouer dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation, surtout parce qu'ils craignent que les plateformes puissent « se tromper ». D'autre part, ils ont constaté qu'il était indispensable que les plateformes intègrent des outils et des processus plus efficaces dans l'expérience des utilisateurs, ou l'*ambiance*, afin d'inciter les utilisateurs à faire des vérifications²¹, ou en d'autres termes, faire de l'exactitude une valeur centrale de ces plateformes.

Bien que les éléments conceptuels des plateformes soient en constante évolution, les participants ont souligné que les choix que leur proposaient les plateformes, en particulier pour signaler la désinformation et la mésinformation, ne leur semblaient pas adaptés au signalement d'idées et de contenus faux, trompeurs ou douteux. Au contraire, comme l'ont souligné les participants qui ont évalué les fonctionnalités de signalement de Twitter, bon nombre de ces outils ont été conçus pour traiter des conflits interpersonnels, amenant les participants à douter que les utilisateurs envisagent même d'utiliser ces outils pour signaler de la désinformation et de fausses informations. Comme nous l'avons souligné, bien que les options permettant d'ignorer ou de masquer ce contenu correspondent à l'*ambiance* de ces plateformes, les participants considéraient ces

20 Nos précédentes études sur [la haine en ligne](#) et [la cruauté et la méchanceté en ligne](#) ont révélé que, dans ces cas, les jeunes Canadiens préfèrent également adopter des approches relationnelles, comme parler hors ligne ou en face-à-face, pour lutter contre ces préjugés en ligne.

21 Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A., Eckles, D., et Rand, D. (2020). « Understanding and reducing the spread of misinformation online ». Dans *Advances in Consumer Research Volume 48*. Ed. J. Argo, T.M. Lowrey, et H.J. Schau. Duluth, MN : Association for Consumer Research, p. 863-867.

choix conceptuels comme des « échappatoires », preuve que les plateformes se déchargent de leur responsabilité de prévenir la désinformation et la mésinformation et de les enrayer, tout en réduisant considérablement le rôle de l'utilisateur dans ce processus²².

En outre, les outils et les choix proposés aux utilisateurs semblent plus appropriés pour la gestion des préférences que la gestion des préjudices. Les utilisateurs ne manquent pas de choix en matière de personnalisation, de curation personnelle ou de mécanismes d'évitement sélectif²³. Au contraire, comme l'ont souligné les participants, ils veulent que les plateformes s'engagent à mettre en œuvre des valeurs de confiance, de responsabilité, de transparence et d'exactitude. Au terme de ces groupes de discussion, les participants étaient toujours sceptiques quant à la possibilité que les plateformes envisagent de mettre en œuvre des changements conceptuels responsables pour défendre ces valeurs puisque ces valeurs, comme ils l'ont expliqué, ne sont pas « à l'image » de ces plateformes. Toutefois, malgré leurs doutes, les participants ont suggéré des changements pertinents et utiles.

Les participants ont envisagé la possibilité d'offrir des incitatifs aux utilisateurs (p. ex. points, primes ou récompenses) et la manière dont ces caractéristiques de conception pourraient être utilisées pour inciter les utilisateurs à adopter des pratiques d'authentification et de vérification. Les participants ont également compris que les utilisateurs, pour qu'ils deviennent plus proactifs et s'investissent dans la lutte contre la désinformation et la mésinformation, doivent être informés de

l'ampleur du problème sur la plateforme, ce qui signifie qu'il n'y aurait plus de commentaires cachés ou d'options permettant d'ignorer un contenu, ce qui, selon les participants, camoufle le problème et rend difficile pour les utilisateurs de reconnaître les contenus faux et trompeurs et d'y réagir. Les participants ont expliqué que de voir la vérification des faits à l'œuvre, ou la manière dont les plateformes prennent des décisions sur ce qui est considéré comme de la désinformation ou de fausses informations, leur offrirait des possibilités d'apprentissage en vue d'orienter leurs pratiques d'authentification et de vérification. Ces mesures de transparence contribueraient également à équilibrer l'aspect esthétique visuel des plateformes sociales, qui peut compliquer la vérification de l'authenticité²⁴ pour les utilisateurs.

Au bout du compte, si les participants comprennent le désir de maintenir une *ambiance* qui permet aux utilisateurs de « décrocher » et de « se détendre », ils estiment qu'il est nécessaire de changer ou d'adapter l'*ambiance* pour que les utilisateurs aient également des occasions significatives d'interagir sur les plateformes pour prévenir et enrayer la désinformation et la mésinformation. Bien qu'un tel changement d'*ambiance* puisse être « désagréable » initialement, les participants estimaient que les plateformes devaient apporter des modifications conceptuelles qui priorisent les valeurs d'exactitude, de transparence, de confiance, de responsabilité et de sécurité.

La section suivante fournit un compte rendu détaillé des recommandations spécifiques que les participants ont formulées dans le cadre de cette étude.

22 Scharlach, R., Hallinan, B., et Shifman, L. (2023). « Governing principles: Articulating values in social media platform policies ». *New Media & Society*, 14614448231156580.

23 Barnidge, M., Peacock, C., Kim, B., Kim, Y., et Xenos, M.A. (2022). « Networks and selective avoidance: How social media networks influence unfriending and other avoidance behaviors ». *Social Science Computer Review*, 08944393211069628.

24 Highfield, T., et Leaver, T. (2016). "Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji". *Communication research and practice*, 2(1), 47-62.

Recommandations

Dans la dernière partie de l'activité d'évaluation et au cours de nos discussions finales, les jeunes ont proposé diverses solutions et recommandations en réponse à leurs propres expériences et préoccupations concernant les mécanismes de signalement actuels sur diverses plateformes. Nous avons posé les questions suivantes afin d'encourager l'élaboration de ces recommandations et la discussion.

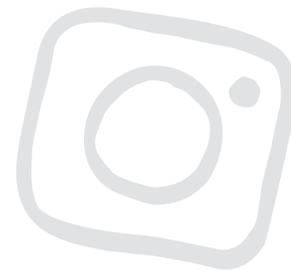
- Selon vous, quelles sont les lacunes de cette approche ou de ces processus pour lutter contre la désinformation et la mésinformation?
- Qu'est-ce qui faciliterait le signalement de la désinformation et des fausses informations?
- Quels outils, concepts, processus ou explications seraient utiles?
- Quels changements apporteriez-vous?

Les participants ont proposé des recommandations propres à la plateforme qu'ils ont évaluée, ainsi que des recommandations générales pour lutter contre la désinformation et la mésinformation en ligne. Nous avons énuméré ces recommandations ci-dessous et classé les recommandations générales dans quatre catégories : (1) accessibilité, connaissance et exactitude; (2) sécurité et responsabilité; (3) confiance; et (4) transparence.



Instagram

- Le processus de signalement devrait comporter un élément direct et visuel qui s'intègre au visuel d'Instagram pour les graphiques, proposant peut-être une icône de signalement qui ressemble aux icônes des mentions « J'aime » et des commentaires sur les publications.
- Le processus de signalement devrait être aussi clair, facile et accessible que les autres processus sur Instagram (p. ex. double-taper pour aimer une publication).
- L'outil de signalement devrait se trouver à droite de chaque page afin que les utilisateurs y aient toujours accès.
- Des messages devraient être épinglés ou des fenêtres contextuelles devraient s'afficher pour rappeler aux utilisateurs de ne pas croire n'importe qui sur parole et de réfléchir de manière critique au contenu qu'ils consomment.
- Les pirates envoient généralement des messages directs demandant aux utilisateurs de cliquer sur un lien. Une option de signalement devrait être proposée juste en dessous (p. ex. « Vous pensez que ce message est une arnaque? »).
- La plateforme devrait investir davantage dans la vérification des faits et la modération humaine du contenu.



TikTok

- Il devrait y avoir une étape supplémentaire après avoir cliqué sur l'option « pas intéressé » d'une publication demandant pourquoi l'utilisateur n'est pas intéressé afin de contribuer à détecter la désinformation et la mésinformation.
- La plateforme devrait proposer aux utilisateurs des vidéos sur la manière de lutter contre la désinformation et la mésinformation afin de promouvoir l'éducation et la sensibilisation des utilisateurs, un peu comme les messages invitant les utilisateurs à faire une pause.





Twitter

- La plateforme devrait envoyer un gazouillis à tous les nouveaux utilisateurs pour leur présenter les outils de signalement et les informer régulièrement de l'impact négatif de la désinformation et des fausses informations afin de les sensibiliser.
- La plateforme devrait inclure la désinformation et la mésinformation dans les options de l'outil de signalement.
- Une zone de texte devrait être ajoutée dans l'outil de signalement pour permettre aux utilisateurs d'écrire le motif de leur signalement si aucune des options proposées ne correspond au motif du signalement.
- La plateforme devrait collaborer avec des vérificateurs de faits pour déceler la désinformation et les fausses nouvelles.
- La plateforme devrait utiliser des outils algorithmiques pour détecter les gazouillis qui renferment de la désinformation ou de fausses informations connues et les signaler pour qu'ils soient examinés par un modérateur humain.
- La plateforme devrait redéfinir les algorithmes de recommandation afin de ne pas optimiser principalement en fonction des interactions.

YouTube

- La plateforme devrait permettre aux utilisateurs de signaler des vidéos même lorsqu'ils n'ont pas de compte. Si les gens peuvent utiliser YouTube sans avoir de compte, ils devraient pouvoir signaler des vidéos sans nécessiter de compte.
- La plateforme devrait veiller à l'uniformité des outils de signalement. Par exemple, les options de signalement d'un commentaire ou d'une vignette sont moins nombreuses que celles d'une vidéo, et le signalement d'une vidéo YouTube intégrée sur un autre site est plus compliqué.
- La plateforme devrait collaborer avec des vérificateurs de faits indépendants comme le fait Instagram.
- Une section distincte devrait être créée pour les vidéos populaires vérifiées afin de favoriser le contenu exempt de désinformation.
- La plateforme devrait lutter contre la désinformation de manière proactive (surveiller les tendances, signaler automatiquement certains mots clés ou sujets, utiliser des robots pour vérifier les vidéos avant de les publier).



Recommandations générales

Accessibilité, connaissance et exactitude

- Les outils de signalement devraient être visibles, faciles à utiliser et accessibles aux utilisateurs.
- Les outils de signalement devraient inclure une brève explication de ce qui est considéré comme de la désinformation et de fausses informations en utilisant un langage clair et simple approuvé par des experts.
- Les outils de signalement doivent fournir aux utilisateurs des exemples de contenu à signaler afin de guider les utilisateurs qui ne sont pas sûrs de ce qui doit être signalé.
- Les plateformes devraient régulièrement informer les utilisateurs sur les outils de signalement et la manière dont la désinformation et les fausses nouvelles se propagent afin de les sensibiliser et de représenter fidèlement l'ampleur du problème.

Sécurité et responsabilité

- Les efforts de lutte contre la désinformation et la mésinformation devraient être accrus pour des sujets comme la santé et les élections qui peuvent avoir un impact social important.
- Les violations des lignes directrices de la communauté, comme la diffusion de fausses informations, devraient avoir des conséquences plus graves. Par exemple, les gens ne devraient pas être autorisés à créer un autre compte.

Confiance

- Les plateformes devraient embaucher du personnel (experts, vérificateurs de faits indépendants ou modérateurs de contenu) pour lutter contre la désinformation et la mésinformation.
- Il devrait y avoir davantage de vérifications et de processus d'approbation avant que le contenu soit publié, surtout pour les comptes qui ont un grand nombre d'abonnés, les comptes qui diffusent régulièrement de la désinformation et de fausses informations, ou le contenu qui utilise des sujets, des mots ou des tendances clés qui sont particulièrement susceptibles de faire l'objet de désinformation et de fausses informations.
 - L'intelligence artificielle peut être utilisée pour signaler la désinformation et la mésinformation connues ou courantes afin que les modérateurs humains de contenu les examinent, en particulier lorsque le contenu devient viral.
 - Le processus de création de comptes des plateformes devrait être plus rigoureux et comporter des étapes supplémentaires de vérification afin de réduire le nombre de comptes de pourriel.

Transparence

- Les plateformes peuvent encourager les utilisateurs à authentifier les informations en incluant une évaluation ou un classement du contenu (semblable aux échelles d'évaluation des films), déterminé soit par des vérificateurs de faits professionnels ou conformément à des normes (semblables à celles que les médias d'information traditionnels sont censés respecter).
- Le processus de suivi des signalements devrait être plus transparent :
 - en incluant davantage de renseignements pour expliquer ce qui se passe *après* avoir fait un signalement et la façon dont les signalements sont traités;
 - en incluant une invite au bas du contenu signalé pour informer les utilisateurs que le contenu est en cours d'examen;
 - en permettant aux utilisateurs de connaître les raisons pour lesquelles un contenu a été signalé afin qu'ils puissent mieux comprendre le processus de signalement;
 - en fournissant aux utilisateurs une explication détaillée du processus d'évaluation (y compris à quel moment et de quelle façon l'intelligence artificielle et la modération humaine du contenu interviennent) afin que les utilisateurs sachent comment une décision concernant un sujet, un élément de contenu ou un commentaire spécifique a été prise et les actions qui en découleront.
- Il devrait y avoir davantage de transparence quant au nombre de signalements de désinformation et de fausses informations sur les plateformes afin que les utilisateurs aient une idée précise de l'ampleur du problème.



Prochaines étapes

Ce projet de recherche qualitative a intentionnellement positionné les jeunes en tant qu'experts afin qu'ils participent activement à l'évaluation des approches actuelles et à l'élaboration des politiques, des interventions et des outils émergents visant à réduire la propagation de la désinformation et des fausses informations dans les espaces en ligne. Les expériences et les points de vue recueillis lors des discussions de groupe et des activités d'évaluation nous ont permis d'en savoir davantage sur les points suivants :

- les espaces où les jeunes Canadiens rencontrent de la désinformation et des fausses informations en ligne et dans quel contexte, et comment ils réagissent généralement à ce contenu;
- la connaissance qu'ont les jeunes des mécanismes de signalement ou d'autres approches adoptées par les plateformes en ligne pour lutter contre la désinformation et la mésinformation;
- l'opinion des jeunes quant aux efforts que déploient les plateformes en ligne pour enrayer ces préjugés;
- les recommandations que les jeunes souhaitent voir mises en œuvre par les plateformes à l'avenir.

Ce projet s'appuie sur nos recherches précédentes ([2019](#) et [2020](#)) et confirme les frustrations des jeunes Canadiens face aux manques de possibilités d'en apprendre davantage sur les pratiques exemplaires pour lutter contre la désinformation et la mésinformation en ligne et de les mettre en pratique. Nos conclusions démontrent que la persistance de ces préjugés en ligne complique la navigation sur ces écosystèmes d'information en ligne pour les jeunes et mine leur confiance en la capacité des plateformes de prévenir le contenu préjudiciable, de les tenir informés et d'assurer leur sécurité. Malgré leurs frustrations, les jeunes

continuent de tenir les plateformes responsables de la suppression de la désinformation et des fausses informations. Ils soutiennent que les jeunes devraient avoir leur mot à dire dans la conception et la réglementation des plateformes en ligne puisque les politiques et les procédures élaborées par les adultes ont un impact direct sur leur qualité de vie et les possibilités qui s'offrent à eux.

La participation de jeunes de tout le pays à des groupes de discussion en ligne a permis de refléter un large éventail d'expériences et de travailler collectivement à la formulation de recommandations à l'intention des plateformes. En centrant les voix et les expériences des jeunes Canadiens, leurs points de vue sont pris en compte dans les conversations et les décisions concernant la meilleure façon de prévenir les impacts potentiels de la désinformation et des fausses informations. Comme pour nos [précédents projets de recherche qualitative](#), nous avons une fois de plus confirmé que les jeunes, lorsqu'ils disposent de descriptions claires et accessibles des processus en ligne qui ont un impact sur leur vie et le contenu qu'ils voient et partagent en ligne, sont désireux de s'engager dans la mise au point de solutions qui aideront les autres à sensibiliser les utilisateurs, permettant ainsi à chacun d'interagir pleinement et de façon sécuritaire avec les médias et les technologies numériques.

Ce projet contribue aux connaissances pédagogiques sur la lutte contre la désinformation et la mésinformation et confirme les données probantes à partir desquelles les décideurs politiques et les plateformes élaborent des modèles et des procédures pour prévenir ces préjudices en ligne et y réagir. Afin d'accroître la portée et l'impact de ce travail au sein de la communauté de chercheurs, nous présenterons les résultats de cette étude lors de conférences ainsi qu'au sein de notre réseau en expansion de chercheurs en sociologie numérique²⁵.

²⁵ Kara Brisson-Boivin et Samantha McAleese présenteront les conclusions de cette étude lors de la conférence de la Société canadienne de sociologie (en juin 2023) dans le cadre du volet sur Internet, la technologie et la sociologie numérique.

Nous communiquerons également les recommandations découlant de ce projet directement aux plateformes sociales, notamment dans le cadre de nos partenariats actuels avec les quatre plateformes évaluées par les participants (Meta-Instagram, Twitter, TikTok et Google-YouTube).

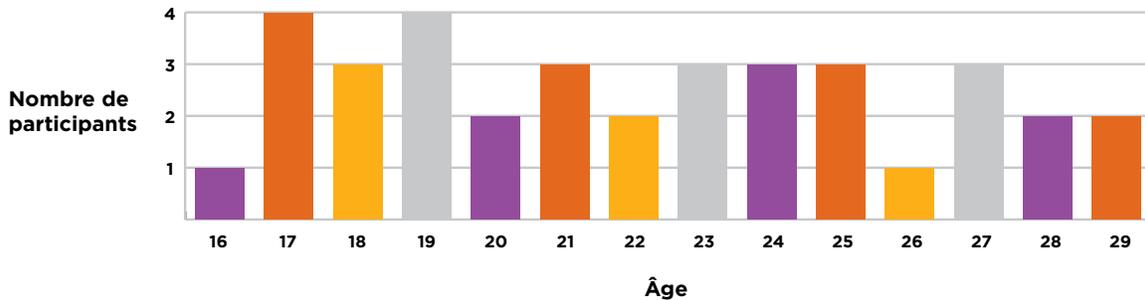
Dans le cadre de nos propres efforts visant à renforcer la résilience collective et à permettre aux jeunes Canadiens, ainsi qu'aux familles, aux éducateurs et aux communautés qui les soutiennent, de prendre des mesures pour limiter la propagation de la désinformation et des fausses informations, HabiloMédias propose les ressources gratuites suivantes sur son site Web :

- [FAUX que ça cesse](#) offre des conseils sur la vérification des faits, des ateliers et des plans de leçon pour déterminer si une information est vraie en ligne et partager des informations véridiques;
- [Le jeu Au-delà des faits](#) propose des activités rapides, amusantes et stimulantes qui permettent aux adolescentes et aux adultes de tester leurs connaissances et d'apprendre de nouvelles techniques d'authentification;
- [Authentification 101](#) fournit des informations essentielles sur la recherche et l'authentification d'informations;
- [Trouver et évaluer de l'information portant sur les sciences et la santé](#) fournit des informations sur les thèmes de la santé et de la science, les types de fausses informations particulièrement courantes dans ces domaines, et les mesures à prendre pour déterminer la fiabilité d'une source ou d'une affirmation;
- [Incidence des faux renseignements sur le processus démocratique](#) offre des informations sur la manière de lire les nouvelles sur les élections et la politique de manière critique, de reconnaître la désinformation et la mésinformation, et d'être un consommateur plus actif et plus engagé dans l'actualité politique;
- [Vérifier les nouvelles en ligne](#) donne des informations sur la façon dont les Canadiens accèdent à l'information, la distinction entre les faits et la fiction dans les médias d'information, et l'authentification des sources fiables d'information.

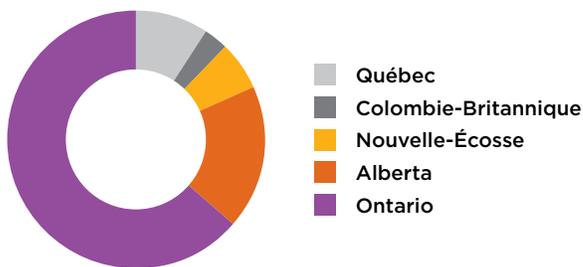
Ce projet et ses recommandations s'ajoutent à la base de connaissances croissantes à partir de laquelle HabiloMédias continue de travailler avec des partenaires communautaires, des décideurs politiques et des plateformes pour lutter contre la désinformation et la mésinformation, prévenir divers préjudices en ligne et y réagir. Ce travail comprendra de futures [études de recherche](#) et orientera nos campagnes de sensibilisation du public (notamment [FAUX que ça cesse](#) et [Vérifiez avant de partager](#)). Plus important encore, nous continuerons de plaider en faveur de l'éducation aux médias numériques dans les politiques, les pratiques et les procédures auprès des plateformes en ligne, de l'industrie et du gouvernement afin d'autonomiser les Canadiens (en particulier les jeunes) et d'accroître leur capacité, leur contrôle, leur sécurité et leur bien-être lorsqu'ils naviguent dans les écosystèmes d'information en constante évolution.

Annexe

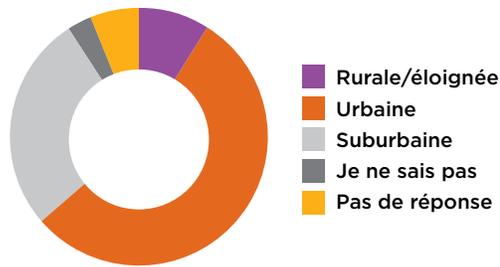
Annexe A – Données démographiques



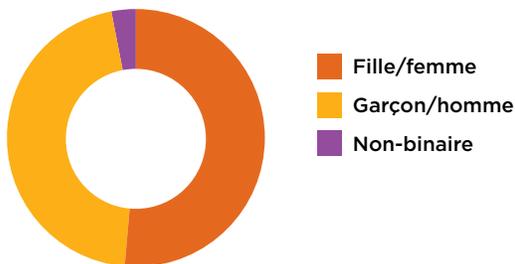
Dans quel territoire ou province habitez-vous?



De quelle façon décririez-vous la communauté dans laquelle vous habitez?



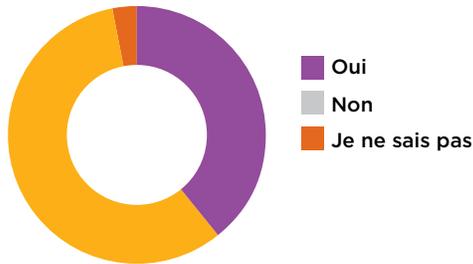
Laquelle des options suivantes décrit le mieux votre genre?



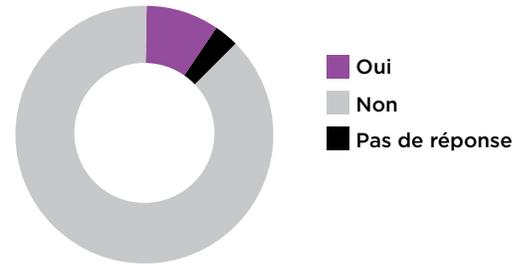
Vous identifiez-vous comme appartenant à la communauté transgenre, non binaire ou issue de la diversité de genre?



Vous identifiez-vous comme faisant partie de la communauté 2SLGBTQA+?

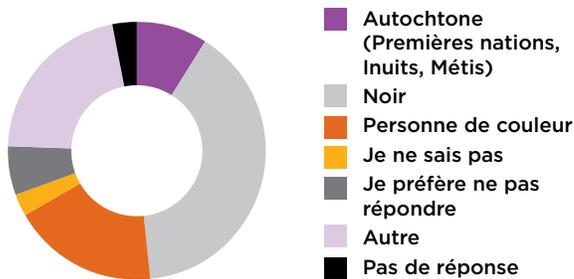


Vous identifiez-vous comme étant une personne bispirituelle?



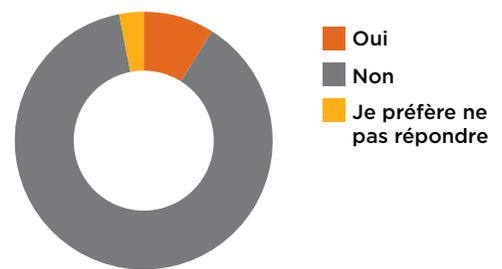
Les gens s'identifient parfois en fonction de leur race ou de la couleur de leur peau.

Si vous vous sentez à l'aise de vous identifier ainsi, veuillez le préciser.



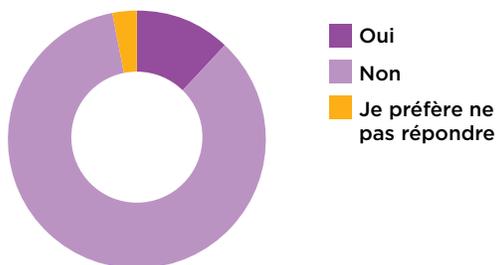
Les gens s'identifient parfois en fonction d'une incapacité physique (p. ex. fauteuil roulant, déficience visuelle ou auditive, etc.).

Si vous vous sentez à l'aise de vous identifier ainsi, veuillez le préciser.



Les gens s'identifient parfois comme ayant une incapacité intellectuelle, cognitive ou d'apprentissage (p. ex. dyslexie, autisme, spectre de l'autisme, etc.).

Si vous vous sentez à l'aise de vous identifier ainsi, veuillez le préciser.



Les gens s'identifient parfois comme ayant une maladie mentale (p. ex. trouble bipolaire, trouble d'anxiété, dépression majeure, etc.).

Si vous vous sentez à l'aise de vous identifier ainsi, veuillez le préciser.

