

EILEEN CULLOTY
JANE SUITER
ITAYI VIRIRI
SARA CRETA



Les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs et ne représentent pas nécessairement celles de l'Organisation internationale pour les migrations (OIM). Les désignations employées et la présentation des documents dans cet ouvrage n'impliquent pas l'expression par l'OIM d'une quelconque opinion quant au statut juridique d'un pays, d'un territoire, d'une ville ou d'une zone, ou de ses autorités, ou concernant ses frontières ou ses limites.

L'OIM croit profondément que la migration humaine et ordonnée est bénéfique pour les migrants et la société. En tant qu'organisation intergouvernementale, l'OIM agit avec ses partenaires de la communauté internationale afin d'aider à résoudre les problèmes opérationnels que pose la migration ; de faire mieux comprendre quels en sont les enjeux ; d'encourager le développement économique et social grâce à la migration ; et de préserver la dignité humaine et le bien-être des migrants.

Publié par : Organisation internationale pour les migrations
17, route des Morillons
C.P. 17
1211 Genève 19
Suisse
Tel. : +41 22 717 9111
Fax : +41 22 798 6150
Courriel : hq@iom.int
Site web : www.iom.int

Photo de couverture : «Loharano» est un projet lancé par l'OIM et le Ministère des affaires étrangères de Madagascar pour associer la diaspora malgache au développement économique du pays. Cette image, prise dans une salle de classe, représente des volontaires donnant un cours d'informatique. © OIM 2019/ Natalie Oren

Citation requise : Culloty, E., J. Suiter, I. Viriri et S. Creta, 2021. Désinformation sur la migration : Un problème de longue date aux dimensions technologiques nouvelles. Dans : *État de la migration dans le monde 2022* (M. McAuliffe et A. Triandafyllidou, dir. publ.). Organisation internationale pour les migrations (OIM), Genève.

ISBN 978-92-9268-303-0 (PDF)

© OIM 2022



Certains droits réservés. Cet ouvrage est mis à disposition au titre de la licence [Creative Commons Attribution – Pas d'utilisation commerciale – Pas de modification 3.0 Organisations internationales](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode) (CC BY-NC-ND 3.0 IGO).*

Pour plus de détails, voir la section [Droit d'auteur et conditions d'utilisation](#).

Le présent ouvrage ne doit pas être utilisé, publié ou rediffusé dans l'intention première d'en obtenir un avantage commercial ou une compensation financière, sauf à des fins éducatives, par exemple, aux fins de son intégration dans un manuel.

Autorisations : Toute demande concernant l'utilisation à des fins commerciales ou les droits et licences doit être adressée à publications@iom.int.

* <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>

8 DÉSINFORMATION SUR LA MIGRATION : UN PROBLÈME DE LONGUE DATE AUX DIMENSIONS TECHNOLOGIQUES NOUVELLES¹

Introduction

De nombreuses sphères de la vie sont aujourd'hui touchées par la désinformation. Dans le monde entier, celle-ci est associée à la résurgence de maladies évitables par la vaccination, à la perturbation des politiques et à l'accentuation des divisions sociales. La désinformation est certes un phénomène séculaire, mais elle prospère dans un environnement numérique. Les technologies numériques ont révolutionné l'accès à l'information et les possibilités d'expression, mais elles ont aussi créé un monde dans lequel il est relativement facile de manipuler l'information et de coordonner des campagnes néfastes contre des individus et des groupes, dont les migrants, et contre des organisations, voire des pays.

Face à ces changements, les réglementations sont restées à la traîne. Environ la moitié de la population mondiale et près de 70 % des 15-24 ans utilisent Internet². Une grande partie de cette activité en ligne est dominée par une poignée d'entreprises de technologie. Facebook, la plus grande plateforme de médias sociaux au monde, rassemble 2,85 milliards d'utilisateurs et détient WhatsApp, qui compte un milliard d'utilisateurs³. Sur ces plateformes comme sur d'autres, la désinformation circule rapidement et à grande échelle. À titre d'exemple, une vidéo sur la théorie de la conspiration relative à la COVID-19 a été visualisée plus de huit millions de fois dans la semaine suivant sa publication⁴. Les plateformes ont eu du mal à bloquer la vidéo car des utilisateurs du monde entier en téléchargeaient de nouvelles versions et les traduisaient dans plusieurs langues.

Les plateformes peinent depuis longtemps à faire échec à la désinformation sur la migration et aux extrémistes qui la diffusent. Toutefois, la désinformation contre les migrants ne peut pas être imputée exclusivement à la technologie. Les acteurs d'extrême droite se mobilisent en ligne et hors ligne, tandis que les médias et les politiques sont accusés de dénaturer les questions migratoires et de mal informer le public⁵. Dans ce contexte, la pandémie de COVID-19 a intensifié la désinformation relative aux migrants, accusés d'avoir introduit le virus ou provoqué une augmentation du nombre de cas⁶. De tout temps, les crises sanitaires ont été exploitées pour faire progresser des idées xénophobes⁷, mais la pandémie a coïncidé avec une résurgence d'idéologies extrémistes et d'extrême droite

1 Eileen Culloty, professeur assistante à la School of Communications de Dublin City University; Jane Suiter, professeur à la School of Communications et directrice de l'Institute for Future Media, Democracy and Society de Dublin City University; Itayi Viriri, Responsable régional des médias et de la communication au Bureau régional de l'OIM pour l'Asie et le Pacifique; et Sara Creta, doctorante à la School of Communications de Dublin City University.

2 UIT, 2020.

3 Tankovska, 2021.

4 Morrish, 2020.

5 Ekman, 2019 ; McAuliffe *et al.*, 2019.

6 Maniatis et Zard, 2020.

7 Fidler, 2019.

dans de nombreux pays. Dans le même temps, la désinformation a des conséquences directes sur les migrants et les migrants potentiels. Nombreux sont ceux qui ne disposent pas d'informations fiables pour éclairer leur choix en matière de migration⁸ et doivent déconstruire les rumeurs et fausses informations qui circulent dans leurs réseaux.

De toute évidence, il est urgent d'élaborer des mesures efficaces pour contrecarrer la désinformation en ligne. Il s'agit-là d'un objectif ambitieux. Ces questions sont complexes et difficiles à démêler, et les recherches scientifiques n'en sont qu'à leurs débuts et sont généralement concentrées dans des pays riches dotés de moyens suffisants. Les contre-mesures actuelles peuvent être regroupées en trois grandes catégories : approches technologiques visant à automatiser l'évaluation des comportements et des contenus en ligne; approches en direction de l'audience visant à renforcer les compétences et la résilience du public face à la manipulation; et approches réglementaires et politiques visant à accroître la transparence et la responsabilité dans l'environnement numérique⁹. Un large éventail de parties prenantes, notamment des entreprises de technologie, des décideurs politiques, des chercheurs, des ONG, des journalistes et des entrepreneurs, promeuvent des activités dans ce domaine. Étant donné la complexité du problème, il semble évident qu'aucune approche ne sera suffisante seule.

Ces questions sont étudiées dans le présent chapitre. Même si certains exemples de désinformation anti-migrants sont cités, nous nous efforçons d'éviter toute amplification inutile et contraire à l'éthique des contenus haineux. Bien plutôt, notre objectif est de brosser un tableau complet des caractéristiques structurelles du milieu de l'information qui permettent la désinformation anti-migrants, et de donner un aperçu des contre-mesures proposées. La section «Concepts» énonce les principales définitions permettant de comprendre la désinformation et présente un modèle de transmission du processus de désinformation en ligne. La section «Contexte» examine les facteurs qui façonnent la désinformation sur la migration au niveau de la société, des politiques, des médias et de la technologie. Elle donne ensuite un aperçu des pratiques exemplaires mises en œuvre pour renforcer la résilience publique face à la désinformation ainsi que des principaux éléments de compréhension tirés des recherches actuelles. La section Questions et défis traite des principales lacunes dans notre compréhension de la désinformation et des obstacles qui empêchent actuellement la progression de ces travaux. Enfin, la conclusion formule des suggestions générales et les conséquences pour les décideurs politiques et les autres parties prenantes qui s'emploient à faire pièce à la désinformation en général et, en particulier, à celle qui concerne la migration.

Concepts

La présente section énonce des définitions clés et propose un modèle de processus de désinformation en ligne. Ici, nous nous concentrons sur les définitions nécessaires à une compréhension générale du sujet. Le lexique des termes et concepts relatifs à la désinformation en ligne évolue constamment, à mesure que de nouvelles pratiques émergent en réponse aux contre-mesures et aux tendances technologiques. Pour un aperçu régulièrement mis à jour des stratégies de manipulation et des ressources connexes, prière de consulter le *Media Manipulation Casebook*¹⁰.

Même si les définitions varient, la désinformation se caractérise généralement par son intention malveillante¹¹. La **désinformation** s'entend d'informations fausses qui sont créées ou diffusées dans l'intention de tromper le public pour en retirer un avantage financier, politique ou social. En revanche, la **mésinformation** s'entend d'informations

8 Crawley et Hagen-Zanker, 2019; Vammen *et al.*, 2021.

9 Culloty et Suiter, 2021.

10 <https://mediamanipulation.org/>.

11 Wardle et Derakhshan, 2017.

fausses communiquées sans intention de tromper. Par exemple, un journaliste peut faire une faute typographique en indiquant une somme d'argent, mais ce type d'erreur involontaire sera reconnu et corrigé. En pratique, la désinformation et la mésinformation se chevauchent souvent. Par exemple, les acteurs de la désinformation peuvent promouvoir une histoire fausse au sujet de migrants, et le public peut croire à l'histoire et la partager en supposant qu'elle est vraie. Par exemple, une étude d'audience au Kenya et au Nigéria a constaté que les personnes souhaitent absolument être au courant de l'actualité, ce qui favorise la diffusion de la désinformation, même lorsque ceux qui partagent les informations sont animés de bonnes intentions s'agissant de vérifier ces informations¹².

Principales définitions

<i>Désinformation</i> :	Informations fausses sciemment créées et diffusées.
<i>Mésinformation</i> :	Informations fausses créées ou diffusées par erreur.
<i>Vide d'information</i> :	Sujet important sur lequel il manque des informations fiables.
<i>Effet de vérité illusoire</i> :	Tendance à croire des informations fausses après y avoir été exposé de manière répétée.
<i>Mauvais acteurs</i> :	Personnes qui créent et diffusent sciemment de la désinformation.
<i>Campagne coordonnée</i> :	Coopération entre membres du réseau d'un mauvais acteur en vue de manipuler l'opinion.
<i>Propagateurs</i> :	Personnes influentes qui diffusent de la désinformation au sein de leurs réseaux.
<i>Médias hyperpartisans</i> :	Médias affichant une forte position idéologique.
<i>Contenu fabriqué</i> :	Contenu entièrement faux.
<i>Contenu manipulé</i> :	Contenu authentique ayant été déformé.
<i>Contenu décontextualisé</i> :	Contenu authentique mais sorti de son contexte initial.
<i>Dommages de la désinformation</i> :	Effets négatifs de la désinformation sur les individus, les groupes et les sociétés.
<i>Discours de haine</i> :	Langage péjoratif ou discriminatoire à l'égard d'une personne ou d'un groupe en raison de leur identité ^a .
<i>Xénophobie</i> :	Situation dans laquelle des individus ou groupes d'individus n'ont pas les mêmes droits que le reste de la population en raison de leur origine géographique réelle ou perçue ^b .

a Nations Unies, 2019.

b HCR, 2017.

Il y a un vide d'information lorsqu'il existe une demande importante d'informations sur un sujet, mais que les informations fiables font défaut¹³. Dans les premiers mois de la COVID-19, il y avait une forte demande d'informations relatives au virus, mais l'offre de données scientifiques fiables était faible. Ce déficit a créé un vide dans lequel la désinformation et les rumeurs ont pu s'engouffrer. Au fil du temps, une exposition répétée à la désinformation peut créer un effet de vérité illusoire. Ce phénomène est lié à la mémoire, car les informations familières sont plus faciles à retenir et semblent donc plus fiables¹⁴. C'est pourquoi une pratique exemplaire à suivre pour corriger de la désinformation recommande d'éviter toute répétition inutile d'affirmations fausses¹⁵.

«Mauvais acteurs» est une expression générique désignant ceux qui créent et diffusent intentionnellement de la désinformation. Il peut s'agir d'États, de sociétés, de mouvements sociaux ou d'individus, et leurs motivations embrassent toute une gamme d'intérêts politiques, idéologiques et financiers. Les publics ciblés et les niveaux de coordination varient eux aussi considérablement. Les propagateurs sont les magnats des médias, les politiques, les célébrités et les influenceurs en ligne qui aident à populariser la désinformation – intentionnellement ou non – en la répandant au sein de leurs vastes réseaux. Enfin, les médias hyperpartisans sont des organismes idéologiques qui, souvent, amplifient la désinformation. Aux États-Unis d'Amérique par exemple, les médias hyperpartisans donnent régulièrement du crédit à des histoires fausses, favorisant ainsi des visées de désinformation sur des sujets allant de l'économie aux relations internationales¹⁶. Les campagnes de désinformation contre les migrants sont étroitement alignées sur des acteurs médiatiques et politiques de droite, y compris la résurgence des idéologies xénophobes, nationalistes et d'extrême droite¹⁷.

Les contenus *fabriqués* comprennent du contenu entièrement inventé. Il peut s'agir d'«infox», à l'image de la fausse histoire du Pape François appuyant la campagne électorale de Donald Trump en 2016¹⁸, ou d'infox vidéo produites intégralement grâce à la technologie informatique. Les contenus manipulés comprennent du contenu authentique qui a déformé, comme les vidéoclips montés de manière sélective. Par exemple, une vidéo de 2019 publiée en ligne combinait fallacieusement des citations d'un discours de Bill Gates de manière à donner l'impression qu'il était favorable à la stérilisation et à la limitation de la population. La vidéo a refait surface en 2021 sur de multiples plateformes de médias sociaux¹⁹. Les contenus *décontextualisés* sont des contenus authentiques qui ont été extraits de leur contexte initial, tels que d'anciennes photographies accompagnées de fausses légendes les reliant à des événements actuels. Une analyse de près d'un million de tweets publiés pendant la crise à la frontière entre les États-Unis et le Mexique a révélé que les images décontextualisées étaient le type de désinformation le plus répandu²⁰. Cette désinformation visuelle avait aussi le plus de chance d'être partagée et amplifiée par des personnes connues.

Jusqu'à présent, une grande partie des discussions populaires sur la désinformation étaient centrées sur le contenu. Cependant, en ne s'intéressant qu'au seul contenu, on risque de masquer le fonctionnement des campagnes coordonnées de désinformation, dans le cadre desquelles les membres d'un réseau de mauvais acteurs coopèrent de manière à manipuler l'opinion publique. Sur sa plateforme, Facebook utilise le concept de «comportement non authentique» pour qualifier les réseaux de pages et de comptes qui «collaborent en vue de tromper autrui sur leur

13 Shane et Noel, 2020.

14 De Keersmaecker *et al.*, 2020; Hasher *et al.*, 1977.

15 Wardle, 2018.

16 Vargo *et al.*, 2018.

17 McAuliffe *et al.*, 2019.

18 Evon, 2016.

19 Reuters, 2021.

20 McAweeney, 2018.

identité ou leurs agissements»²¹. En réalité, les campagnes coordonnées sont diffusées sur de multiples plateformes, et leur pouvoir tient à l'effet cumulatif qu'ils obtiennent en répétant sans cesse des histoires négatives au sujet des migrants et minorités.

En outre, une attention moindre était accordée à la compréhension et à l'évaluation des dommages causés par la désinformation. Une approche fondée sur les dommages exige d'examiner l'impact des campagnes de désinformation sur ceux qu'elles ciblent et touchent, ainsi que les répercussions plus larges sur la société²². Dans le cas de la migration, les dommages de la désinformation sont associés au discours de haine et à la xénophobie, qui encouragent l'hostilité et la discrimination à l'égard des migrants, lesquelles peuvent à leur tour contribuer à légitimer des politiques anti-migrants²³. Parallèlement, la désinformation et l'absence d'informations fiables peuvent porter préjudice aux migrants en ayant une influence négative sur leurs décisions et la connaissance de leurs droits²⁴.

Campagnes coordonnées par l'extrême droite

Les attaques de désinformation de l'extrême droite ont augmenté de 250 % depuis 2014; cette tendance devrait se poursuivre, car le long ralentissement économique causé par la COVID-19 créera probablement une instabilité politique^a. En ligne, le renforcement de la coopération entre les acteurs d'extrême droite n'est plus à démontrer. Une étude de près de 7,5 millions de tweets pendant la crise des réfugiés de 2015-2016 a constaté une montée en flèche des activités d'extrême droite qui présentaient les réfugiés en termes xénophobes et comme constituant une menace pour la sécurité, l'économie et la culture de l'Europe^b. Des études ultérieures ont identifié l'existence de campagnes coordonnées à l'approche d'élections nationales^c et qui s'opposaient au Pacte mondial pour des migrations sûres, ordonnées et régulières de 2018^d. Les partisans de la campagne contre le Pacte étaient à l'origine de près de la moitié des vidéos les plus populaires sur YouTube au sujet de ce dernier et défendaient une affirmation fautive au sujet d'une exigence pour les pays de proscrire toute critique de la migration^e. Étant donné qu'une grande partie de cette activité tournait autour de la question de la migration des musulmans, l'islamophobie semblait être un élément unificateur pour différents groupes d'extrême droite^f.

a Institut pour l'économie et la paix, 2020.

b Siapera *et al.*, 2018.

c Aaaz, 2019; Davey et Ebner, 2017.

d McAuliffe, 2018.

e ISD, 2019.

f Froio et Ganesh, 2018.

Le processus de désinformation en ligne : en substance, une désinformation en ligne efficace est un processus qui met en jeu différents acteurs et comporte plusieurs étapes successives. Concrètement, les mauvais acteurs créent et propagent de la désinformation en servant des plateformes en ligne comme d'un moyen de diffusion et de promotion, tandis que le public lui confère du sens et un impact en étant disposé à interagir avec elle (voir la figure 1). Bien évidemment, les scénarios de désinformation en ligne sont tous plus complexes que le suggère

21 Gleicher, 2018.

22 Paschetto, 2020.

23 Mossou et Lane, 2018.

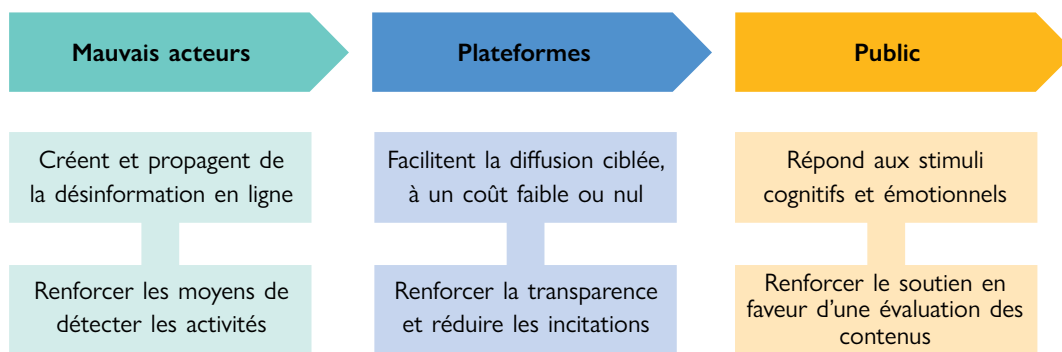
24 Carlson *et al.*, 2018.

ce simple modèle de transmission. Toutefois, celui-ci permet de comprendre comment diverses contre-mesures tentent d'intervenir et de perturber ce processus.

Comme nous l'avons indiqué, les mauvais acteurs se caractérisent collectivement par leur intention commune de tromper ou manipuler le public. Une grande partie de ce que nous savons sur les mauvais acteurs provient des chercheurs et des journalistes d'investigation, et non des données fournies par les plateformes de technologie. L'objectif de ces travaux est de déterminer l'ampleur de la désinformation et la nature des techniques de manipulation. Pour leur part, les plateformes ont pris des mesures pour supprimer les faux comptes, tandis que des développeurs de technologie indépendants ont mis au point de nombreux outils accessibles au public permettant d'identifier les contenus manipulés et les activités trompeuses.

Les plateformes permettent la désinformation en facilitant une diffusion ciblée à coût nul ou à faible coût. Les paramètres de participation, les algorithmes de recommandation et le secteur de la publicité en ligne favorisent aussi les contenus sensationnalistes de mauvaise qualité. C'est pourquoi les efforts des politiques et des acteurs de la société civile visent à réduire les incitations dont bénéficient les mauvais acteurs et à accroître la transparence et la responsabilité. Par exemple, au titre du Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation (Code d'autorégulation) de l'Union européenne²⁵, les plateformes ont renforcé leur transparence en matière de publicité en ligne; cela étant, l'évaluation du Code menée par l'Union européenne elle-même a permis de constater que celui-ci présentait de graves lacunes²⁶.

Figure 1 : Processus de désinformation en ligne



Source : Travail des auteurs.

Enfin, le public est sans doute la composante la plus importante du processus. Après tout, la désinformation ne devient un problème que lorsqu'elle trouve une audience réceptive, disposée à y adhérer ou à la diffuser. De nombreux facteurs influencent la réceptivité du public à la désinformation, notamment les connaissances préalables et les préjugés, l'exposition répétée à de fausses affirmations et la volonté ou la capacité d'examiner de l'œil critique de nouvelles informations. Les contenus de désinformation font souvent appel aux préjugés existants des publics cibles et jouent beaucoup sur les émotions afin d'essayer de provoquer l'indignation²⁷. Les interventions dans ce

25 Commission européenne, 2018.

26 ERGA, 2020.

27 Bakir et McStay, 2018 ; Paschen, 2019.

domaine ciblent principalement les initiatives en matière d'éducation et d'autonomisation qui aident les publics à évaluer la crédibilité des contenus.

Toutefois, s'il convient de souligner le rôle central de la technologie, il est aussi important de reconnaître que celle-ci ne fonctionne pas séparément d'autres forces sociales. Une récente analyse comparative sur 18 pays a examiné les niveaux nationaux de résilience à la désinformation en ligne²⁸. Elle a constaté que les facteurs suivants sont des variables causales probables de la vulnérabilité : un environnement politique caractérisé par le populisme et la polarisation sociale; et un paysage médiatique caractérisé par une défiance envers les informations journalistiques, des médias publics faibles, des marchés publicitaires importants et une forte utilisation des réseaux sociaux. Tous ces facteurs doivent être pris en compte et donner lieu à des mesures correctives à des fins de réponse globale à la désinformation.

Contextes

La présente section examine comment les facteurs afférents à la société et aux politiques, aux médias et à la technologie influencent la désinformation sur les migrants et la migration. Elle décrit ensuite la vision actuelle s'agissant des pratiques exemplaires destinées à renforcer la résilience de la société face à la désinformation.

Les campagnes de désinformation contre les migrants et les minorités dans le monde ne datent pas d'hier. À titre d'exemple, on peut citer *Les Protocoles des Sages de Sion*, un ouvrage paru en Russie en 1903, qui est un précurseur des infox, des preuves fabriquées et des propagateurs très en vue qui galvanisent la désinformation contemporaine. Il y était question d'un faux document présenté comme une fuite concernant un complot à des fins de domination juive. Cette théorie de la conspiration a gagné du terrain et s'est propagée à l'étranger par le biais de la presse et de tracts, et grâce à l'appui d'importantes personnalités publiques telles que l'industriel américain Henry Ford. Deux leçons importantes peuvent être tirées de cet exemple : une désinformation efficace amplifie les préjugés existants et est fondée sur des structures de pouvoir et d'influence en matière de communication²⁹. En d'autres termes, les cas spécifiques de désinformation doivent être considérés au regard des préjugés, des inégalités et de l'accès au pouvoir qui ont existé de tout temps.

Société et politiques : Dans de nombreux pays, les acteurs politiques très en vue ont banalisé la désinformation relative à la migration en comptant sur l'aide de médias sympathisants³⁰. Souvent, leurs arguments sont axés sur l'économie. L'inquiétude de l'opinion publique au sujet des répercussions économiques et du changement social est dirigée contre les migrants, bien que les taux de chômage et la déflation salariale soient le produit des politiques publiques en matière d'économie, et non de la migration³¹. En Afrique du Sud, par exemple, des études constatent systématiquement que la migration représente un bénéfice économique net pour le pays, mais les migrants sont accusés d'être responsables du taux de chômage élevé³². Aux États-Unis, la campagne électorale de Donald Trump, en 2016, a engendré la peur d'un «déferlement» de Mexicains à la frontière méridionale, et débouché sur la promesse de «construire un mur» pour protéger l'intégrité de l'État. Même si la rhétorique de Trump visait dans

28 Humprecht *et al.*, 2020.

29 Culloty et Suiter, 2021.

30 Crandall *et al.*, 2018.

31 Hogan et Haltinner, 2015.

32 McKaiser, 2019.

une large mesure les Mexicains, les médias hyperpartisans avaient élargi la campagne alarmiste aux musulmans³³. Au Royaume-Uni, le discours en faveur du Brexit mettait fortement l'accent sur la migration en provenance de l'Europe de l'Est et du Moyen-Orient. La migration régulière au sein de l'Union européenne y était souvent confondue avec la demande d'asile car la campagne en faveur de la sortie de l'UE avait attisé la peur d'une arrivée imminente de millions de Turcs³⁴, et la presse de droite avait amplifié ces craintes³⁵.

Dans le même temps, les mauvais acteurs encouragent activement la défiance envers les élites et les institutions. À maints égards, la crise dite de la « post-vérité » est une crise de confiance. L'année dernière, la pandémie de COVID-19 a contribué à un nouveau recul de la confiance. Le Baromètre de confiance Edelman 2021 a constaté que la majorité des personnes interrogées dans 27 pays estimaient que les dirigeants gouvernementaux (57 %), les chefs d'entreprise (56 %) et les journalistes (59 %) tentaient sciemment de tromper l'opinion³⁶. Toutefois, si ces chiffres ont alarmé les pays occidentaux, les idées eurocentriques sur la confiance de l'opinion publique envers le gouvernement et les médias traditionnels ne sont pas aisément transposables à des pays où, traditionnellement, les médias ne sont pas libres³⁷. En Afrique du Nord, par exemple, les réseaux sociaux offrent de nouvelles possibilités en matière de liberté d'expression, en contrepoint des médias progouvernementaux³⁸. Parallèlement, les réseaux sociaux donnent aux migrants et aux personnes qui voyagent la possibilité de s'exprimer et de soulever des préoccupations relatives aux droits de l'homme³⁹.

Médias : On reproche souvent aux journalistes de donner une image négative de la migration. Dans certains médias, un dispositif de cadrage fondé sur l'usage de la peur provoque un flux perpétuel de « mauvaises nouvelles » sur la violence, les troubles de l'ordre public et les crimes commis par les migrants⁴⁰. Les médias fournissent ainsi aux mauvais acteurs des histoires qui peuvent être transformées et décontextualisées pour favoriser leurs propres intentions⁴¹. Pendant la crise dite des réfugiés, en 2015–2016, les médias européens ont contribué de manière déterminante à qualifier l'arrivée des réfugiés et des migrants de crise pour l'Europe, alors qu'ils n'ont accordé que peu d'attention aux migrants et à leur expérience⁴². Ce discours prédomine également en Afrique du Nord, où la couverture des médias met souvent l'accent sur la discrimination et le racisme⁴³. Les images négatives et stéréotypées des migrants perpétuent un discours où la migration est vue comme une « invasion » ou un « fardeau », ce qui aggrave les préjugés et les attitudes hostiles. Ces points de vue ont été corrélés à la montée des partis anti-immigrants et à l'intensification du discours anti-immigrants dans la politique⁴⁴.

Certes, il existe aussi des exemples de médias qui révèlent les injustices dont les migrants sont victimes, mais le journalisme d'investigation est sous pression. Les rédactions manquent aujourd'hui de moyens et les journalistes n'ont souvent ni le temps ni l'argent pour assurer une couverture approfondie et contextualisée. Il leur manque aussi parfois la formation voulue, sans compter que certaines rédactions sont soumises à la mainmise d'intérêts

33 Benkler *et al.*, 2018.

34 Ker-Lindsay, 2018.

35 Morrison, 2019.

36 Edelman, 2021.

37 Schiffrin, 2018.

38 Deane *et al.*, 2020.

39 Creta, 2021.

40 Philo *et al.*, 2013.

41 Ekman, 2019.

42 Georgiou et Zaborowski, 2017.

43 ICMPD, 2017; Pace *et al.*, 2020.

44 Allen *et al.*, 2017.

politiques et financiers, ce qui aboutit à une culture d'autocensure⁴⁵. Par conséquent, une grande partie de la couverture médiatique n'inscrit pas la migration dans son contexte et est superficielle, simpliste et infondée, voire politiquement tendancieuse. Même dans les pays où les médias jouissent d'une grande liberté, leur couverture a tendance à refléter les priorités et les préoccupations des gouvernements⁴⁶.

Promouvoir de meilleures pratiques journalistiques

Plusieurs organisations, dont l'OIM, le Centre international pour le développement des politiques migratoires et l'OPEN Media Hub, ont lancé le Migration Media Award en 2017^a. Cette initiative vise à récompenser les journalistes qui réalisent des reportages de qualité sur la migration dans la région euro-méditerranéenne. De même, en 2017, l'OIM a lancé le South American Migration Journalism Award en reconnaissance du travail des journalistes qui couvrent la migration selon une approche axée sur les droits de l'homme. Celle-ci consiste notamment à souligner les contributions positives des migrants, à remettre en cause les perceptions négatives à leur sujet et à contribuer à la prévention de la xénophobie, du racisme et de la discrimination^b. Annoncée en 2020, la Global Migration Media Academy fournira une plateforme libre permettant aux journalistes et aux étudiants de se former aux pratiques exemplaires en matière de reportages sur la migration et de lutte contre la désinformation^c. Le fait d'encourager des reportages justes et fondés sur des éléments factuels, conformément aux exigences standard du journalisme éthique, peut par la suite créer un espace de débats fondés sur des éléments factuels autour des politiques migratoires.

Les migrants, ainsi que les migrants potentiels, ont aussi besoin d'informations fiables sur leurs pays de transit et de destination. À cet égard, les technologies numériques les aident à prendre leurs décisions^d. La plateforme en ligne InfoMigrants a été conçue par un groupement de médias européens^e. Cofinancée par l'Union européenne, elle vise à faire pièce aux rumeurs et à la désinformation par des informations objectives et équilibrées sur les pays que les migrants ont quittés, qu'ils traversent ou dans lesquels ils espèrent s'installer. Le service d'informations est disponible dans cinq langues : français, arabe, anglais, dari et pachto.

a Voir détails à l'adresse www.migration-media-award.eu/.

b OIM, 2017.

c OIM, 2021.

d McAuliffe, 2016.

e Voir détails à l'adresse www.infomigrants.net/fr/.

Technologie : Si l'avènement d'Internet recérait la promesse de nouveaux horizons pour la liberté d'expression et l'accès à l'information, le monde en ligne est aujourd'hui dominé par un petit groupe d'entreprises. Celles-ci se sont élargies bien au-delà de leur objectif initial (achats en ligne, recherche sur Internet, réseautage social) pour devenir de vastes infrastructures dont dépendent des pans entiers de la vie économique et sociale. Leur modèle d'activité est relativement simple : elles offrent aux utilisateurs un accès libre aux contenus et services, tout en accumulant des données qui génèrent des revenus par le biais de publicités ciblées et d'autres services basés sur les données⁴⁷.

45 Schiffrin, 2018.

46 Allen et al., 2017.

47 Wu, 2017.

Ces plateformes étant conçues pour maximiser la participation plutôt que pour l'échange d'informations ou des débats sociétaux, elles offrent d'innombrables possibilités de désinformation. Les indicateurs de participation – vues, mentions J'aime, partages, fans et abonnés – favorisent les contenus qui attirent l'attention, y compris la désinformation⁴⁸, tandis que des algorithmes opaques influencent les contenus vus par les personnes et peuvent parfois les pousser dans des «trous noirs Internet» où règnent des discours extrémistes et conspirateurs⁴⁹. Google et Facebook, qui ont des activités publicitaires, sont impliqués dans le financement de la désinformation. Par exemple, Google est à l'origine des trois quarts des revenus publicitaires engendrés par les sites de désinformation⁵⁰. Dans ce contexte, certains avancent que les plateformes de médias sociaux ont engendré une culture de haine en ligne⁵¹. Les récits nativistes, racistes et xénophobes, qui étaient auparavant cantonnés à des sites Web marginaux qu'il fallait rechercher activement, sont aujourd'hui accessibles à un public plus large sur les plateformes de médias sociaux populaires⁵².

Les plateformes de technologie exercent désormais une influence sans précédent sur le quotidien, mais sans avoir mis en place – ou sans avoir été tenues de mettre en place – des structures de gouvernance et de responsabilité proportionnelles. Pour lutter contre la désinformation, elles s'associent à des vérificateurs de faits et à des médias et s'essaient aux interventions auprès du public. À des degrés divers, elles recourent à des modérateurs humains pour une évaluation de leurs contenus. Toutefois, l'essentiel de leurs réponses est fondé sur des approches technologiques ou automatisées de la modération des contenus⁵³. L'approche technologique a pour principal avantage de modérer les contenus rapidement et à grande échelle, mais elle comporte aussi d'importantes lacunes pour ce qui est de l'exactitude, de la fiabilité et de la surveillance. De plus, la surveillance humaine pour la modération des contenus est souvent externalisée à des sous-traitants aux ressources insuffisantes⁵⁴. En 2018, les Nations Unies ont accusé Facebook de jouer un «rôle déterminant» dans l'incitation à la violence génocidaire contre la population rohingya au Myanmar. Une enquête de Reuters a révélé que les modérateurs humains de Facebook et son système algorithmique de modération étaient incapables de comprendre les langues de ces régions⁵⁵.

La désinformation, un catalyseur d'opinions nuisibles

Une étude récente a examiné comment la désinformation alimente l'hostilité envers les réfugiés rohingya sur Facebook. Sur une période de neuf mois à compter de janvier 2020, l'étude a analysé les publications et commentaires présents sur des pages Facebook au Bangladesh et en Malaisie. La grande majorité des publications, tant au Bangladesh (80 %) qu'en Malaisie (77 %), exprimaient des sentiments positifs ou neutres envers les réfugiés rohingya. En revanche, la plupart des commentaires générés par ces publications étaient négatifs : 58 % au Bangladesh et 70 % en Malaisie. L'un des thèmes récurrents de ces commentaires négatifs était les allégations selon lesquelles les réfugiés bénéficiaient d'un traitement préférentiel – de la part des ONG, des gouvernements et de la communauté internationale – tout en grevant les ressources des pays d'accueil. Ces allégations et celles qui y sont associées se sont intensifiées tout au long de la période, provoquant une persécution des Rohingyas dans les médias sociaux en parallèle à celle qui les touchait hors ligne.

Source : Urquhart, 2021.

48 Shao *et al.*, 2018.

49 Hussein *et al.*, 2020.

50 GDI, 2020.

51 Ganesh, 2018.

52 Ekman, 2019 ; Farkas *et al.*, 2017.

53 Voir Alaphilippe *et al.*, 2019; Bontcheva *et al.*, 2020.

54 Roberts, 2019.

55 Stecklow, 2018.

Comme nous l'avons déjà indiqué, la crise de la post-vérité est en quelque sorte une crise de confiance. L'évolution rapide de la communication numérique n'est pas allée de pair avec l'élaboration de normes suffisantes capables d'orienter les individus dans leurs décisions de savoir à qui et à quoi faire confiance en ligne. Par conséquent, de nombreux chercheurs et entrepreneurs ont mis au point de nouveaux outils pour détecter la désinformation et conseiller les utilisateurs. Par exemple, InVid⁵⁶ est une plateforme gratuite de vérification qui évalue la crédibilité des vidéos en ligne, tandis que Logically⁵⁷ combine les intelligences artificielle et humaine pour déterminer la crédibilité des sources et des histoires en ligne. Plus récemment, de grandes entreprises de technologie et des médias importants – notamment Microsoft, Twitter, la BBC et Adobe – ont lancé la Content Authenticity Initiative, qui fixe des normes pour un contenu en ligne fiable⁵⁸. Face à ces innovations, et bien d'autres du même genre, qui sont prises dans une «course aux armements» contre les mauvais acteurs, qui chercheront inévitablement de nouvelles manières d'échapper à la détection, une solution durable pourrait consister à mettre au point des normes et standards pour la production et la réception des informations en ligne.

Renforcer la résilience de la société face à la désinformation

Certaines caractéristiques individuelles sont associées à la susceptibilité à la désinformation, notamment une faible capacité cognitive, une connaissance limitée du sujet, une logique intéressée et une éducation aux médias limitée. Par exemple, des études constatent que les personnes âgées et celles qui ont de solides préjugés partisans sont plus susceptibles de croire à la désinformation⁵⁹. Dans de nombreux pays, la désinformation sur la migration est liée aux connaissances limitées du public⁶⁰ et à une résurgence du sentiment nationaliste, qui entraîne une hostilité envers les migrants⁶¹. Ces facteurs contribuent à la désinformation anti-immigrants. Toutefois, d'autres chercheurs avancent que les facteurs situationnels (par exemple, prendre le temps d'examiner la véracité) et cognitifs (tels que la capacité d'évaluer des informations) sont plus importants que les connaissances préalables ou les préjugés partisans⁶². Ce constat est important car il laisse entendre que des contre-mesures axées sur le public pourraient avoir un fort impact.

Rectification des informations et prévention : Il apparaît de plus en plus clairement que des rectifications succinctes et répétées peuvent réduire les idées erronées. Une étude sur les fausses impressions en matière de migration a constaté que des informations correctes réduisent les attitudes négatives envers les migrants, tout en développant les connaissances factuelles⁶³. Toutefois, le contenu et la présentation d'une rectification sont importants. Le contenu importe, car le simple fait d'affirmer qu'une information est fautive ne suffira peut-être pas pour déloger des perceptions erronées. En revanche, fournir une explication est plus efficace car cela aide le public à actualiser ses connaissances. La présentation est importante parce que le public peut se contenter de parcourir le contenu. Si la rectification ne vise pas en priorité à fournir des informations correctes, ou si elle insiste excessivement sur les fausses affirmations, les faits importants peuvent se perdre. Pour éviter ces scénarios, les pratiques exemplaires recommandent une approche dite du «sandwich de vérité», selon laquelle la rectification donne d'abord l'information juste, avant d'expliquer la nature de la fautive information et pourquoi elle est incorrecte. Puis, en dernier lieu, l'information correcte est à nouveau renforcée.

56 www.invid-project.eu/.

57 www.logically.ai/about.

58 <https://contentauthenticity.org/>.

59 Guess *et al.*, 2020.

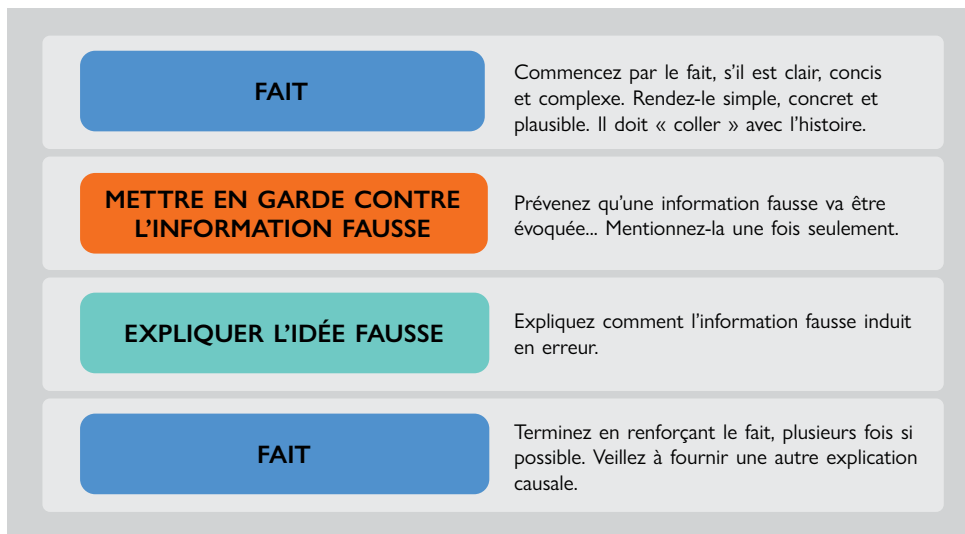
60 Alesina *et al.*, 2018; Grigorieff *et al.*, 2020.

61 Hiers *et al.*, 2017; Feinstein et Bonikowski, 2021, McAuliffe *et al.*, 2019.

62 Pennycook et Rand, 2019.

63 Grigorieff *et al.*, 2020.

Figure 2 : Étapes de la démystification



Source : Lewandowsky et al., 2020.

Les rectifications relèvent d'une stratégie défensive qui répond à la désinformation après qu'elle a été diffusée. Cette stratégie a des limites évidentes, étant donné le volume de désinformation qui circule et la difficulté d'atteindre tous ceux qui y ont été exposés.

Une autre solution est la démystification préalable, une stratégie offensive qui anticipe la désinformation et prévient le public au sujet de techniques de manipulation⁶⁴. Cette approche est parfois comparée à la vaccination. Elle repose sur l'idée qu'une fois que les personnes ont appris à reconnaître les techniques de manipulation et qu'elles possèdent déjà l'information correcte, elles sont capables de rejeter la désinformation lorsqu'elles y sont confrontées. L'avantage de la démystification préalable tient à l'échelle à laquelle elle peut être appliquée, cette technique pouvant être intégrée dans le matériel d'éducation aux médias et diffusée dans le cadre de jeux en ligne et d'autres supports de participation. En 2018, des chercheurs des Pays-Bas ont mis au point le jeu *Bad News* en collaboration avec la plateforme média DROG⁶⁵. Dans ce jeu gratuit en ligne, les joueurs utilisent des techniques trompeuses pour bâtir leur propre empire de fausses nouvelles. Une évaluation à grande échelle menée auprès de 15 000 participants a permis de constater que la capacité des individus d'identifier la désinformation et d'y résister s'était améliorée après avoir joué à ce jeu, quels que soient l'éducation, l'âge, l'idéologie politique et le style cognitif des joueurs⁶⁶. Une version plus récente du jeu, *Harmony Square*⁶⁷, a été mise au point en réponse aux techniques de manipulation utilisées au cours des campagnes électorales.

Stopper la propagation de la désinformation : Dans le cadre des discussions populaires sur la désinformation, il existe une tendance regrettable à présumer que les indicateurs relatifs au partage de la désinformation reflètent les niveaux de croyances du public. Or, des études d'audience menées en Afrique, en Asie et en Europe indiquent que les personnes diffusent de la désinformation pour diverses raisons, notamment pour s'exprimer librement,

⁶⁴ Cook et al., 2017; Roozenbeek et al., 2020.

⁶⁵ www.getbadnews.com.

⁶⁶ Roozenbeek et al., 2020.

⁶⁷ <https://harmonysquare.game/fr>.

se divertir ou pour mettre autrui en garde contre un danger éventuel⁶⁸. Cette dernière motivation mérite d'être soulignée car la désinformation joue souvent avec les émotions en provoquant la peur par des menaces pour la sécurité des êtres chers et des communautés. Dans ces circonstances, la volonté civique d'informer les autres et la volonté sociale d'être le premier à partager de nouvelles informations contribuent à la propagation de la désinformation⁶⁹. Le défi est alors de trouver des moyens de mobiliser le sens du devoir civique chez les individus afin d'encourager des pratiques positives.

Dans ce domaine, un axe de recherche prometteur fait apparaître que le simple fait d'inciter les personnes à prendre du temps pour réfléchir à l'exactitude d'un message augmente considérablement leur capacité à rejeter la désinformation, tout en réduisant également l'intention de la partager⁷⁰. La plupart des plateformes ont étudié une version restreinte de cette approche en associant des étiquettes d'information au contenu, et Twitter encourage aussi les personnes à ouvrir le lien vers une information avant de la republier. Plus généralement, de nombreuses campagnes d'éducation aux médias ont adopté le message «Arrêtons-nous et réfléchissons». Pendant la pandémie de COVID-19, la campagne «Pause» des Nations Unies⁷¹ a invité les individus à réfléchir avant de partager des informations en ligne. Elle était composée de vidéos, de graphiques et d'animations colorées qui soulignaient l'importance de ne partager que les contenus de médias sociaux fiables, exacts et fondés sur des données scientifiques.

Sources d'information fiables et accessibles : Les corrections de désinformation reposent sur des sources spécialisées, qui sont généralement considérées comme plus crédibles que les pairs⁷². Toutefois, la crédibilité n'est pas liée qu'à l'expertise, mais aussi aux perceptions de fiabilité⁷³ et, dans certains scénarios, la fiabilité peut être plus importante que l'expertise⁷⁴. Les efforts visant à fournir des informations exactes sur les risques de la migration doivent tenir compte du fait que les migrants potentiels se méfient généralement des campagnes d'information officielles et des autorités, notamment des gouvernements et des organisations internationales⁷⁵. De la même manière, il peut être inutile de compter sur les médias d'information ou les gouvernements pour rectifier des informations fausses lorsque les personnes se méfient déjà de ces institutions.

Dans ce contexte, les pairs de confiance jouent un rôle important pour ce qui est de promouvoir des informations fiables. Pour combattre la désinformation liée à la COVID-19, l'initiative «Verified» des Nations Unies s'appuyait sur une nouvelle approche visant à engager les citoyens à être des messagers communautaires de confiance⁷⁶. Cette initiative invitait les personnes à se porter volontaires pour diffuser des informations fiables qu'elles recevaient chaque jour pour qu'elles soient partagées sur les réseaux sociaux et, ce faisant, optimisées. Si la COVID-19 a servi de catalyseur pour la promotion de campagnes menées par des pairs, celles-ci avaient déjà été utilisées auparavant dans le contexte de la migration. Au Costa Rica, par exemple, la campagne «Erreurs par le bouche-à-oreille» («De boca en boca la gente se equivocó») s'appuie sur des principes participatifs et des pairs de confiance pour faire échec aux rumeurs concernant la régularisation des migrants⁷⁷.

68 Banaji et Bhat, 2019; Chadwick et Vaccari, 2019; Chakrabarti *et al.*, 2018.

69 Chakrabarti *et al.*, 2018.

70 Pennycook *et al.*, 2020.

71 <https://fr.takecarebeforeyoushare.org/fr/>

72 Vraga et Bode, 2017.

73 Swire-Thompson et Ecker, 2018.

74 Benegal et Scruggs, 2018.

75 Commission européenne, 2018; Vammen *et al.*, 2021.

76 <https://shareverified.com/fr/>

77 <https://somoscolmena.info/en/cr>



KANERE.ORG
KAKUMA NEWS REFLECTOR

KANERE, l'actualité par les migrants : Kakuma, au nord-ouest du Kenya, abrite l'un des plus grands camps pour personnes déplacées au monde. C'est aussi là que l'on trouve KANERE^a, le tout premier média

entièrement indépendant implanté dans un camp de réfugiés. Le nom KANERE est l'acronyme de Kakuma News Reflector. Son fondateur et rédacteur en chef, Qaabata Boru, est lui-même un réfugié. Il vit aujourd'hui à Vancouver (Canada), où il dirige la publication de KANERE à distance et supervise une équipe multinationale de 17 journalistes. Lancée en 2008, KANERE a pour mission de « créer une société plus ouverte dans les camps de réfugiés et mettre en place une plateforme pour un débat public équitable sur les questions relatives aux réfugiés ». La publication s'est concentrée sur les questions qui ont une importance pour les réfugiés, notamment la pandémie de COVID-19, les droits des réfugiés et le taux de suicide alarmant parmi les résidentes. Boru explique : « Nous sommes le premier contact avec la communauté. Grâce à cela, nous pouvons instaurer des liens de confiance ». En tant que source d'informations fiables, KANERE se trouve en première ligne pour lutter contre les fausses informations et veiller à ce que les réfugiés aient accès à des informations fiables. Pendant la COVID-19, la publication a surveillé et déboulonné les mythes et les rumeurs sur le virus qui circulaient dans le camp. Ces rumeurs affaiblissaient les soins de santé publique et, dans certains cas, stigmatisaient des groupes particuliers. Pour lutter contre les fausses informations, KANERE a publié des rapports en ligne et s'est fait entendre dans différentes parties du camp au moyen d'un mégaphone, utilisé pour diffuser des informations crédibles.

a <https://kanere.org/>.

Enfin, les informations fiables doivent être accessibles aux publics cibles. Quand les informations sont adaptées aux formats et aux supports qu'ils préfèrent, le message a plus de chances d'être entendu et partagé. Pour beaucoup de gens, l'information visuelle est plus engageante et accessible qu'un texte. Fournir des informations accessibles exige un effort, ne serait-ce que parce que des informations exactes peuvent être plus complexes que des rumeurs. Des études indiquent que les rectifications d'information sont plus susceptibles d'attirer l'attention lorsqu'elles sont visuelles⁷⁸.

Questions et défis

La présente section expose les principaux défis relatifs à la lutte contre la désinformation sur la migration. La désinformation en ligne étant un phénomène relativement nouveau, ces défis concernent en premier lieu le manque de connaissances et les questions connexes en matière d'accès aux données, ainsi que la répartition inégale des ressources affectées aux plateformes et à la recherche.

Manque de connaissances : Les connaissances relatives à l'impact de la désinformation et à l'efficacité à long terme des contre-mesures sont très lacunaires. Pour ce qui est de l'impact, des études de mégadonnées révèlent l'ampleur ou le volume des fausses informations sur la migration. Toutefois, les éléments démontrant l'existence de campagnes de désinformation n'ont pas nécessairement de répercussions sur la société ou la démocratie. Des recherches plus approfondies sont nécessaires pour comprendre les mécanismes qui font que la désinformation est influente. Cela

78 McAweeney, 2018.

est important, car il faut que l'attention et les ressources soient axées sur la désinformation susceptible d'avoir un impact. S'agissant des contre-mesures, même s'il est de plus en plus admis que les rectifications d'informations permettent effectivement de réduire les croyances erronées, il reste encore beaucoup d'éléments incompris. Plus particulièrement, des études longitudinales doivent être menées pour savoir si les effets de ces corrections sont durables. À ce jour, les travaux de recherche portent à croire que les rectifications sont moins efficaces quand : la désinformation a initialement été attribuée à une source crédible; les personnes ont été exposées à la désinformation à plusieurs reprises avant la rectification; un laps de temps s'écoule entre l'exposition initiale et la rectification⁷⁹. D'autres études indiquent que les corrections peuvent réduire les perceptions erronées, mais ne permettent guère de remettre en cause les attitudes sous-jacentes⁸⁰.

Le problème du manque de diversité dans la recherche vient s'ajouter à ce qui précède. Les financements et les ressources sont, pour l'essentiel, concentrés dans les nations riches, et il existe un manque considérable de recherche quantitative et qualitative dans les autres régions. De plus, les diverses plateformes refusent généralement de communiquer des données pertinentes aux chercheurs indépendants, ce qui entrave les efforts mis en œuvre pour évaluer l'ampleur et la nature du problème ainsi que l'efficacité des interventions. Par ailleurs, les interventions des plateformes sont non seulement très sélectives, mais elles tendent aussi à se concentrer dans les pays occidentaux, où elles sont examinées de près par les décideurs politiques. Par exemple, les principales plateformes sont intervenues pour faire pièce à la désinformation lors de l'élection présidentielle de 2020 aux États-Unis, mais elles n'ont pas offert le même soutien lors des élections qui se sont déroulées la même année à Sri Lanka et au Nigéria.

Réglementation des plateformes : La persistance de lacunes importantes en matière de connaissances relatives à la désinformation sur les plateformes de technologie dénote l'échec de l'autoréglementation. En réponse aux préoccupations concernant la désinformation et aux questions connexes, les plateformes ont lancé des initiatives en matière de transparence. Outre le fait que ces initiatives ont été jugées insuffisantes⁸¹, la transparence sans responsabilité ne porte guère de fruit. La responsabilité suppose une surveillance indépendante ou des audits menés par des spécialistes qui ont la capacité et le pouvoir d'évaluer la situation en gardant à l'esprit les intérêts du public et la protection des droits fondamentaux. Une réglementation plus stricte pourrait aussi forcer les plateformes à coopérer avec des chercheurs et enquêteurs agréés spécialistes de la désinformation afin d'identifier les menaces en matière de désinformation et d'évaluer l'efficacité des contre-mesures.

Ambiguïtés définitionnelles : Le terme « désinformation » risque d'être appliqué à tous les types de contenus jugés problématiques ou déplacés. Certains pays ont déjà adopté de nouvelles lois contre la désinformation⁸², qui ont été critiquées pour leur effet potentiellement préjudiciable sur la liberté d'expression. Des débats sont en cours sur la manière de concilier les droits fondamentaux avec la nécessité d'atténuer les préjudices publics⁸³. L'ambiguïté définitionnelle qui entoure la désinformation est un écueil à cet égard et a des conséquences plus larges.

Dans bien des cas, la frontière entre une fausse information, une opinion et une interprétation d'éléments factuels est floue. Contrairement aux questions scientifiques sur lesquelles il existe un consensus établi, telles que le climat, les questions d'ordre social et politique posent des difficultés particulières car les faits ne sont souvent pas absolus. Pour ce qui est de la migration, par exemple, des débats académiques sont en cours sur la question de savoir

79 Walter et Tukachinsky, 2020.

80 Nyhan et Reifler, 2015.

81 ERGA, 2020.

82 Funke et Flamini, 2020.

83 Bontcheva *et al.*, 2020; Ponsetti et Bontcheva, 2020.

comment interpréter les statistiques sur la migration et la criminalité⁸⁴, un sujet dont se nourrissent les médias à sensation et l'activisme des anti-immigrants.

Dans d'autres cas, les types de contenus produits par de mauvais acteurs sont fondamentalement non factuels. Par exemple, les campagnes ciblant les migrants témoignent d'une « créativité malveillante » par leurs sarcasmes, leurs blagues d'initiés et leurs mêmes⁸⁵. Un tel contenu culturel est problématique⁸⁶ mais il n'entre souvent pas dans le cadre des allégations factuelles, et sa nature ambiguë peut rendre difficile l'établissement d'une intention. Par conséquent, il reste beaucoup de travail à faire sur le plan conceptuel, pratique et politique.

Conclusion

Le présent chapitre a examiné les facteurs qui façonnent la désinformation sur la migration, ainsi qu'une série de contre-mesures destinées à améliorer l'environnement de l'information. À bien des égards, les efforts actuellement déployés pour combattre la désinformation en ligne semblent dispersés et mal coordonnés. Toutefois, la désinformation, notamment en matière de migration, est un problème multiforme. Renforcer la résilience face à la désinformation est une entreprise de longue haleine qui doit s'atteler à des questions sociétales qui se recoupent, y compris les niveaux de confiance en baisse et la polarisation croissante. Dans l'immédiat, il est indispensable de renforcer la coopération intersectorielle et transfrontalière pour déceler et contrer les campagnes de désinformation. Cela est particulièrement vrai dans le contexte de la migration, car les migrants ont besoin d'informations fiables lorsqu'ils franchissent les frontières et que les campagnes de désinformation coordonnées sont déjà transnationales. L'un des résultats positifs de la crise de la COVID-19 a été la consolidation de collaborations internationales telles que la CoronaVirusFacts Alliance⁸⁷. Lancée en janvier 2020, elle a réuni plus de 100 vérificateurs de faits de 70 pays qui bénéficient de ressources mutualisées et d'une expertise combinée.

Au vu des questions analysées dans le chapitre, nous formulons ci-après quelques suggestions générales à l'intention des décideurs politiques, des plateformes de technologie, des ONG, des médias et des chercheurs.

Décideurs politiques :

- Exiger des plateformes numériques qu'elles soient davantage responsables;
- Élaborer des mécanismes de contrôle coréglementé des plateformes numériques;
- Protéger la liberté des médias et la liberté d'expression;
- Dialoguer avec les parties prenantes pour s'assurer que les interventions sont appropriées et conformes aux pratiques exemplaires fondées sur des éléments factuels;
- Investir dans des initiatives visant à surveiller, évaluer et combattre la désinformation.

Plateformes :

- Permettre un accès aux données suffisant aux fins de recherche et de contrôle;
- Déployer des interventions dans toutes les régions exposées au risque de campagnes de désinformation nuisibles, en particulier lors d'élections;
- Travailler avec des partenaires agréés à l'identification des menaces en temps utile;
- Élaborer et intégrer des normes fondées sur des pratiques exemplaires aux fins d'étiquetage des informations en ligne.

84 Ousey et Kubrin, 2018.

85 de Saint Laurent *et al.*, 2020.

86 Marwick et Lewis, 2017.

87 www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/.

ONG, journalistes et autres acteurs des médias :

- Faire en sorte que les migrants bénéficient d'informations fiables et accessibles;
- Fournir aux journalistes une formation et des ressources afin qu'ils élaborent des contenus responsables sur la migration et la désinformation concernant la migration;
- Apporter des rectifications répétées dans des formats accessibles pour faire pièce aux fausses affirmations;
- Éduquer le public aux médias et le sensibiliser à la désinformation.

Chercheurs :

- Réaliser des études sur l'efficacité des contre-mesures;
- Coopérer avec des chercheurs de pays aux ressources insuffisantes afin de réduire les écarts géographiques en matière de connaissances.

Références*

- Alaphilippe, A., A. Gizikis, C. Hanot et K. Bontcheva
 2019 *Automated Tackling of Disinformation*. Service de recherche du Parlement européen, Bruxelles. Disponible à l'adresse <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2098c1b4-81bb-11e9-9f05-01aa75ed71a1>.
- Alesina, A., A. Miano et S. Stantcheva
 2018 *Immigration and Redistribution*. National Bureau of Economic Research, Cambridge, Massachusetts. Disponible à l'adresse www.nber.org/papers/w24733.
- Allen, W., S. Blinder et R. McNeil
 2017 Couverture médiatique des migrants et de la migration. In: McAuliffe, M. et M. Ruhs (dir. publ.) *Rapport État de la migration dans le monde 2018*. OIM, Genève. Disponible à l'adresse https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en_chapter8.pdf.
- Avaaz
 2019 *Far Right Networks of Deception*. Avaaz, Londres. Disponible à l'adresse https://secure.avaaz.org/campaign/en/disinfo_network_report/.
- Bakir, V. et A. McStay
 2018 Fake news and the economy of emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, vol. 6, n° 2, pp. 154-175.
- Banaji, S. et R. Bhat
 2019 WhatsApp vigilantes: An exploration of citizen reception and circulation of WhatsApp misinformation linked to mob violence in India. London School of Economics. Disponible à l'adresse <http://eprints.lse.ac.uk/104316/>.
- Benegal, S.D. et L.A. Scruggs
 2018 Correcting misinformation about climate change: The impact of partisanship in an experimental setting. *Climatic Change*, vol. 148, n°s 1-2, pp. 61-80.
- Benkler, Y., R. Faris et H. Roberts
 2018 *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press, New York.
- Bontcheva, K., J. Posetti, D. Teysou, T. Meyer, S. Gregory, C. Hanot et D. Maynard
 2020 *Balancing Act: Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression*. Union internationale des télécommunications, Genève. Disponible à l'adresse <https://en.unesco.org/publications/balanceact>.
- Carlson, M., L. Jakli et K. Linos
 2018 Refugees misdirected: How information, misinformation, and rumors shape refugees' access to fundamental rights. *Virginia Journal of International Law*, vol. 57, n° 3, pp. 539-575.

* Tous les liens hypertextes fonctionnaient au moment où le présent rapport a été rédigé.

Centre international pour le développement des politiques migratoires (ICMPD)

- 2017 How does the media on both sides of the Mediterranean report on migration? Disponible à l'adresse <https://ec.europa.eu/migrant-integration/librarydoc/how-does-the-media-on-both-sides-of-the-mediterranean-report-on-migration>.

Chadwick, A. et C. Vaccari

- 2019 *News Sharing on UK Social Media: Misinformation, Disinformation, and Correction*. Rapport. Loughborough University. Disponible à l'adresse <https://hdl.handle.net/2134/37720>.

Chakrabarti, S., C. Rooney et M. Kweon

- 2018 Duty, identity, credibility: Fake news and ordinary citizens in Kenya and Nigeria. BBC, 12 novembre. Disponible à l'adresse www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/bbc-beyond-fake-news-research.

Commission européenne

- 2018 *Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation*. Disponible à l'adresse https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59114.

Cook, J., S. Lewandowsky et U.K. Ecker

- 2017 Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, vol. 12, n° 5. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>.

Crandall, C., J. Miller et M. White

- 2018 Changing norms following the 2016 U.S. presidential election: The Trump effect on prejudice. *Social Psychological and Personality Science*, vol. 9, n° 2, pp. 186-192.

Crawley, H. et J. Hagen-Zanker

- 2019 Deciding Where to go: Policies, People and Perceptions Shaping Destination Preferences, *International Migration*, vol. 57, n° 1, pp. 20-35. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1111/imig.12537>.

Creta, S.

- 2021 I hope, one day, I will have the right to speak. *Media, War & Conflict*, janvier. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1177/1750635221989566>.

Culloty, E. et J. Suiter

- 2021 *Disinformation and Manipulation in Digital Media: Information Pathologies*. Routledge, Londres.

Davey, J. et J. Ebner

- 2017 *The Fringe Insurgency: Connectivity, Convergence and Mainstreaming of the Extreme Right*. Institute for Strategic Dialogue, Londres. Disponible à l'adresse www.isdglobal.org/isd-publications/the-fringe-insurgency-connectivity-convergence-and-mainstreaming-of-the-extreme-right/.

Deane, J., P.F. Docquir, W. Mano, T. Sabry et N. Sakr

- 2020 *Achieving Viability for Public Service Media in Challenging Settings. A Holistic Approach*. University of Westminster Press, Londres. DOI : 10.16997/book41.

- De Keersmaecker, J., D. Dunning, G. Pennycook, D.G. Rand, C. Sanchez, C. Unkelbach et A. Roets
2020 Investigating the robustness of the illusory truth effect across individual differences in cognitive ability, need for cognitive closure, and cognitive style. *Personality and Social Psychology Bulletin*, vol. 46, n° 2, pp. 204-215.
- de Saint Laurent, C., V. Glaveanu et C. Chaudet
2020 Malevolent creativity and social media: Creating anti-immigration communities on Twitter. *Creativity Research Journal*, vol. 32, n° 1, pp. 66-80.
- Edelman
2021 *2021 Edelman Trust Barometer*. Disponible à l'adresse www.edelman.com/trust/2021-trust-barometer.
- Ekman, M.
2019 Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, vol. 34, n° 6, pp. 606-618.
- Evon, D.
2016 Fact check: Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President. *Snopes*. Disponible à l'adresse www.snopes.com/fact-check/pope-francis-donald-trump-endorsement/.
- Farkas, J., J. Schou et C. Neumayer
2017 Cloaked Facebook pages: Exploring fake Islamist propaganda in social media. *New Media & Society*, vol. 20, n° 5, pp. 1850-1867.
- Feinstein, Y. et B. Bonikowski
2021 Nationalist narratives and anti-immigrant attitudes: Exceptionalism and collective victimhood in contemporary Israel. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 47, n° 3, pp. 741-761.
- Fidler, D.P.
2019 *Disinformation and Disease: Social Media and the Ebola Epidemic in the Democratic Republic of the Congo*. Council on Foreign Relations. Disponible à l'adresse www.cfr.org/blog/disinformation-and-disease-social-media-and-ebola-epidemic-democratic-republic-congo.
- Froio, C. et B. Ganesh
2018 The transnationalisation of far right discourse on Twitter: Issues and actors that cross borders in Western European democracies. *European Societies*, vol. 21, n° 4, pp. 513-539. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1080/14616696.2018.1494295>.
- Funke, D. et D. Flamini
2020 *A Guide to Anti-Misinformation Actions Around the World*. The Poynter Institute, St. Petersburg, Floride. Disponible à l'adresse www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/.
- Ganesh, B.
2018 The ungovernability of digital hate culture. *Journal of International Affairs*, vol. 71, n° 2, pp. 30-49. Disponible à l'adresse <https://jia.sipa.columbia.edu/ungovernability-digital-hate-culture>.

- Georgiou, M. et R. Zaborowski
2017 *Couverture médiatique de la « crise des réfugiés » : perspective européenne*. Conseil de l'Europe. Disponible à l'adresse <https://edoc.coe.int/en/refugees/7366-couverture-mediastique-de-la-crise-des-refugies-perspective-europeenne.html>
- Gleicher, N.
2018 Coordinated inauthentic behavior explained. Facebook. Disponible à l'adresse <https://about.fb.com/news/2018/12/inside-feed-coordinated-inauthentic-behavior/>.
- Global Disinformation Index (GDI)
2020 Why is ad tech paying US\$25 million to COVID-19 disinfo sites? 8 juillet. Disponible à l'adresse <https://disinformationindex.org/2020/07/why-is-ad-tech-paying-us25-million-to-covid-19-disinfo-sites/>.
- Groupe des régulateurs européens des services de médias audiovisuels (ERGA)
2020 *ERGA Report on Disinformation : Assessment of the Implementation of the Code of Practice*. Disponible à l'adresse <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>.
- Grigorieff, A., C. Roth et D. Ubfal
2020 Does information change attitudes toward immigrants? *N-IUSSP*. Disponible à l'adresse www.niussp.org/article/does-information-change-attitudes-toward-immigrants/.
- Guess, A.M., B. Nyhan et J. Reifler
2020 Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. *Nature Human Behaviour*, vol. 4, n° 5, pp. 472-480.
- Hasher, L., D. Goldstein et T. Toppino
1977 Frequency and the conference of referential validity. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, vol. 16, n° 1, pp. 107-112.
- Hiers, W., T. Soehl et A. Wimmer
2017 National trauma and the fear of foreigners: How past geopolitical threat heightens anti-immigration sentiment today. *Social Forces*, vol. 96, n° 1, pp. 361-388. Disponible à l'adresse <https://academic.oup.com/sf/article/96/1/361/3859295>.
- Hogan, J. et K. Haltinner
2015 Floods, invaders, and parasites: Immigration threat narratives and right-wing populism in the USA, UK and Australia. *Journal of Intercultural Studies*, vol. 36, n° 5, pp. 520-543.
- Humprecht, E., F. Esser et P. Van Aelst
2020 Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research. *The International Journal of Press/Politics*. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1177/1940161219900126>.

Hussein, E., P. Juneja et T. Mitra

- 2020 Measuring misinformation in video search platforms: An audit study on YouTube. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, vol. 4, n° CSCW1, pp. 1-27. Disponible à l'adresse <https://dl.acm.org/doi/10.1145/3392854>.

Institut pour l'économie et la paix (Institute for Economics and Peace)

- 2020 *Global Terrorism Index 2020: Measuring the Impact of Terrorism*. Sydney. Disponible à l'adresse www.visionofhumanity.org/resources/.

Institut pour le dialogue stratégique (ISD)

- 2019 ISD research featured in POLITICO about the trolling of the UN migration pact. Londres. Disponible à l'adresse www.isdglobal.org/isd-research-featured-in-politico-surrounding-the-trolling-of-the-un-migration-pact/.

Ker-Lindsay, J.

- 2018 Turkey's EU accession as a factor in the 2016 Brexit referendum. *Turkish Studies*, vol. 19, n° 1, pp. 1-22.

Lewandowsky, S., J. Cook et D. Lombardi

- 2020 *Debunking Handbook 2020*. Centre for Climate Change Communication, George Mason University, Virginie. Disponible à l'adresse www.climatechangecommunication.org/debunking-handbook-2020/.

Maniatis, G.A. et M. Zard

- 2020 The COVID-19 blame game threatens us all. *Project Syndicate*, 6 mars. Disponible à l'adresse www.project-syndicate.org/commentary/coronavirus-nationalist-blame-game-by-gregory-a-maniatis-and-monette-zard-2020-03?barrier=accesspaylog.

Marwick, A. and R. Lewis

- 2017 Media manipulation and disinformation online. *Data & Society*, 15 mai. Disponible à l'adresse <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>.

McAuliffe, M.

- 2016 The appification of migration. *Policy Forum*, Asia and the Pacific Policy Society, 20 janvier. Disponible à l'adresse www.policyforum.net/the-appification-of-migration/.
- 2018 The link between migration and technology is not what you think, *Agenda*, 14 décembre. Forum économique mondial, Genève. Disponible à l'adresse www.weforum.org/agenda/2018/12/social-media-is-casting-a-dark-shadow-over-migration/.

McAuliffe, M., A. Kitimbo et B. Khadria

- 2019 Réflexion sur les contributions des migrants à une époque de difficultés croissantes et de désinformation rampante. In: *Rapport État de la migration dans le monde 2020* (M. McAuliffe et B. Khadria, dir. publ.). OIM, Genève. Disponible à l'adresse <https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr-2020-fr-ch-5.pdf>.

- McAweeney, E.
2018 Online manipulation of visual content for anti-immigrant propaganda. Witness Media Lab. Disponible à l'adresse <https://lab.witness.org/projects/online-manipulation-of-visual-content-for-anti-immigrant-propaganda/>.
- McKaiser, E.
2019 South Africans are used to being the targets of racist hatred. Now they've become the haters. *Foreign Policy*, 19 septembre. Disponible à l'adresse <https://foreignpolicy.com/2019/09/19/south-africans-are-used-to-being-the-targets-of-racist-hatred-now-theyve-become-the-haters-xenophobia-afrophobia/>.
- Morrish, L.
2020 Lessons on covering coronavirus misinformation from the fallout of 'Plandemic'. *First Draft News*, 21 mai. Disponible à l'adresse <https://firstdraftnews.org/latest/lessons-on-covering-coronavirus-misinformation-from-the-fallout-of-plandemic/>.
- Morrison, J.
2019 Re-framing free movement in the countdown to Brexit? Shifting UK press portrayals of EU migrants in the wake of the referendum. *The British Journal of Politics and International Relations*, vol. 21, n° 3, pp. 594-611.
- Mossou, S. et A. Lane
2018 *Anti-Migrant Hate Speech*. Conseil Quaker pour les affaires européennes, 28 juin. Disponible à l'adresse www.qcea.org/2018/06/anti-migrant-hate-speech-report-published/.
- Nyhan, B. et J. Reifler
2015 Does correcting myths about the flu vaccine work? An experimental evaluation of the effects of corrective information. *Vaccine*, vol. 33, n° 3, pp. 459-464.
- Organisation des Nations Unies
2019 *Stratégie et Plan d'action pour la lutte contre les discours de haine*. Bureau de la prévention du génocide et de la responsabilité de protéger des Nations Unies. Disponible à l'adresse www.un.org/fr/genocideprevention/hate-speech-strategy.shtml.
- Organisation internationale pour les migrations (OIM)
2017 L'OIM lance un prix de journalisme sur la migration en Amérique du Sud (communiqué de presse), 25 octobre. Disponible à l'adresse www.iom.int/fr/news/loim-lance-un-prix-de-journalisme-sur-la-migration-en-amerique-du-sud.
2021 Global Migration Media Academy Seals Partnership with NUI Galway to Address Anti-Migrant Rhetoric (communiqué de presse), 26 avril. Disponible à l'adresse www.iom.int/news/global-migration-media-academy-seals-partnership-nui-galway-address-anti-migrant-rhetoric.
- Ousey, G.C. et C.E. Kubrin
2018 Immigration and crime: Assessing a contentious issue. *Annual Review of Criminology*, vol. 1, n° 1, pp. 63-84.

- Pace, P., S. Zayed et E. Borgnäs
2020 Équilibrer le discours sur la migration grâce à des programmes et aux médias en Afrique du Nord. In: *Migration en Afrique de l'Ouest et du Nord et à travers la Méditerranée : Tendances migratoires, risques, développement et gouvernance*. OIM, Genève. Disponible à l'adresse <https://publications.iom.int/system/files/pdf/Migration-in-West-and-North-Africa-and-across-the-Mediterranean-FR.pdf>.
- Paschen, J.
2019 Investigating the emotional appeal of fake news using artificial intelligence and human contributions. *Journal of Product & Brand Management*, vol. 29, n° 2, pp. 223-233.
- Pasquetto, I.
2020 All disinformation is local: A reflection on the need and possibility of measuring impact. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, vol. 1, n° 6. Disponible à l'adresse <https://misinfoview.hks.harvard.edu/article/do-we-really-need-to-measure-the-impact-of-online-disinformation/>.
- Pennycook, G. et D.G. Rand
2019 Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, vol. 188, pp. 39-50.
- Pennycook, G., J. McPhetres, Y. Zhang, J.G. Lu et D.G. Rand
2020 Fighting COVID-19 misinformation on social media: Experimental evidence for a scalable accuracy nudge intervention. Disponible à l'adresse <https://psyarxiv.com/uwbk9/>.
- Philo, G., E. Briant et P. Donald
2013 *Bad News for Refugees*. Pluto Press, Londres.
- Posetti, J. et K. Bontcheva
2020 *Disinfodemic : Dissecting Responses to COVID-19 Disinformation*. Policy brief #2, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. Disponible à l'adresse <https://en.unesco.org/covid19/disinfodemic/brief2>.
- Reuters
2021 Fact check: No evidence Bill Gates said 'at least 3 billion people need to die'. Disponible à l'adresse www.reuters.com/article/uk-factcheck-bill-gates-fake-3-billion-q-idUSKBN29Y20D.
- Roberts, S.T.
2019 *Behind the Screen: Content Moderation in the Shadows of Social Media*. Yale University Press, New Haven.
- Roozenbeek, J., S. van der Linden et T. Nygren
2020 Prebunking interventions based on the psychological theory of "inoculation" can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 3 février. Disponible à l'adresse <https://misinfoview.hks.harvard.edu/article/global-vaccination-badnews/>.

- Schiffrin, A.
2018 *In the Service of Power: Media Capture and the Threat to Democracy*. Center for International Media Assistance, National Endowment for Democracy, Washington D.C. Disponible à l'adresse <https://cmds.ceu.edu/sites/cmcs.ceu.hu/files/attachment/article/1174/cima-media-capture-book-f.pdf>.
- Shane, T. et P. Noel
2020 Data deficits: Why we need to monitor the demand and supply of information in real time. *First Draft News*, 28 septembre. Disponible à l'adresse <https://firstdraftnews.org/long-form-article/data-deficits/>.
- Shao, C., G.L. Ciampaglia, O. Varol, K-C. Yang, A. Flammini et F. Menczer
2018 The spread of low-credibility content by social bots. *Nature Communications*, vol. 9, n° 1, art. n° 47-87.
- Siapera, E., M. Boudourides, S. Lenis et J. Suiter
2018 Refugees and network publics on Twitter: Networked framing, affect, and capture. *Social Media + Society*, vol. 4, n° 1. Disponible à l'adresse <https://doi.org/10.1177/2056305118764437>.
- Stecklow, S.
2018 Why Facebook is losing the war on hate speech in Myanmar. *Reuters*, 15 août. Disponible à l'adresse www.reuters.com/investigates/special-report/myanmar-facebook-hate/.
- Swire-Thompson, B. et U.K. Ecker
2018 Misinformation and its correction: Cognitive mechanisms and recommendations for mass communication. In: *Misinformation and Mass Audiences* (B.G. Southwell, E.A. Thorson et L. Sheble, dir. publ.). University of Texas Press, Austin, pp. 195-211.
- Tankovska, H.
2021 How many users does Facebook have? Statista Research Department, 21 mai. Disponible à l'adresse www.statista.com/statistics/264810/number-of-monthly-active-facebook-users-worldwide/.
- Union internationale des télécommunications (UIT)
2020 *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2020*. Genève. Disponible à l'adresse www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx.
- Urquhart, M.
2021 *Migrants and Misinformation: Key Themes in Nigeria, Bangladesh and Malaysia*. OIM, Genève. Disponible à l'adresse <https://publications.iom.int/system/files/pdf/Migrants-and-Misinformation-Key-Themes.pdf>.
- Vammen, I.M.S., S. Plambech, A. Chemlali et N. Nyberg Sørensen
2021 *Does Information Save Migrants' Lives? Knowledge and Needs of West African Migrants En Route to Europe*. Danish Institute for International Studies. Disponible à l'adresse https://vbn.aau.dk/ws/portalfiles/portal/405403628/Does_information_save_migrants_lives_DIIS_Report_2021_01.pdf.
- Vargo, C.J., L. Guo et M.A. Amazeen
2018 The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media & Society*, vol. 20, n° 5, pp. 2028-2049.

- Vraga, E.K. et L. Bode
2017 Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, vol. 39, n° 5, pp. 621-645.
- Walter, N. et R. Tukachinsky
2020 A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it? *Communication Research*, vol. 47, n° 2, pp. 155-177.
- Wardle, C.
2018 5 lessons for reporting in an age of disinformation. *First Draft News*, 27 décembre. Disponible à l'adresse <https://firstdraftnews.org/latest/5-lessons-for-reporting-in-an-age-of-disinformation/>.
- Wardle, C. et H. Derakhshan
2017 *Les désordres de l'information : Vers un cadre interdisciplinaire pour la recherche et l'élaboration des politiques*. Conseil de l'Europe, Strasbourg. Disponible à l'adresse <https://rm.coe.int/rapport-les-desordres-de-l-information-/1680935bd4>.
- Wu, T.
2017 Blind spot: The attention economy and the law. *Antitrust Law Journal*, vol. 82, pp. 771-806. Disponible à l'adresse https://scholarship.law.columbia.edu/faculty_scholarship/2029/.