



EPISODE 2 “LES LIAISONS DANGEREUSES”

TRANSCRIPTION

(TRADUCTION DEPUIS LE NÉERLANDAIS)

Avec : Jan Walraven (interviewer), Bram Souffreau (invité), Hind Fraihi (invitée), Zara Mommerency (invitée) and Marieke Rimaux (narratrice)

[INTRODUCTION]

Vous écoutez le podcast CROSSOVER. Crossover est un projet européen qui explore les coulisses étonnantes des algorithmes qui font tourner le monde.

Qu'est-ce qu'un algorithme ? Il s'agit d'une suite précise et sans ambiguïté d'instructions et d'opérations, écrite par des développeurs, qui permet de résoudre un problème. On peut en quelque sorte le comparer à une liste d'ingrédients et d'instructions pour la recette d'un plat compliqué.

Dans ce podcast, nous parlerons principalement des algorithmes des médias sociaux qui déterminent automatiquement les messages qui apparaissent sur fils d'actualité, en fonction des préférences personnelles et des tendances populaires, entre autres choses.

Ces algorithmes de recommandation influencent nos relations, notre consommation, notre culture et, surtout, la façon dont nous nous informons et percevons le monde. Par exemple, un algorithme sur - disons Youtube - fait en sorte que si vous tapez en Belgique un terme de recherche en néerlandais lié à la guerre en Ukraine, vous verrez principalement des nouvelles des Pays-Bas.

Mais savons-nous vraiment comment ces algorithmes fonctionnent et connaissons-nous la logique économique ou idéologique qui les sous-tend ? Et comment pouvons-nous essayer de les contrôler, plutôt que de les subir ? Comprendre les algorithmes, être capable de les analyser de manière critique et apprendre à s'en protéger : tels sont les objectifs de ce que l'on appelle la "l'algo-littérature", et c'est précisément le domaine que le projet Crossover explore avec une série d'analyses et de podcasts.

Dans cet épisode "Liaisons dangereuses", nous parlerons d'algorithmes, de propagande et de résistance.

Le 1 mars 2022, au tout début de l'invasion de l'Ukraine par la Russie, l'Union européenne interdit les médias RT France et Sputnik pour couper l'herbe sous les pieds de la propagande du Kremlin. Quelques mois plus tard, sur YouTube l'information sur l'Ukraine, en Belgique, est dominée par les médias en provenance de Chine et de Turquie. Et la voix des médias nationaux est peu audible. Que s'est-il passé ?

Quels liens entretiennent les algorithmes et la propagande d'État sur les médias sociaux?

A travers le tableau de bord (Dashboard) de Crossover qui permet d'analyser les algorithmes, nous allons essayer de comprendre comment le mode de fonctionnement des algorithmes et comment ils peuvent participer à l'emprise des médias d'Etats étrangers sur l'opinion publique belge et européenne. Pour ce faire, nous interrogerons Bram, cofondateur d'Apache et Hind , journaliste également chez Apache.

En guise de conclusion, notre expert en éducation aux médias et à l'information, Zara Mommerency, expliquera comment nous, en tant que citoyens, pouvons tous lutter contre la propagande en ligne.

.....

[PREMIERE PARTIE]

Jan Walraven :

Bonjour, je suis Jan Walraven d'Apache.

Et si les algorithmes de recommandation favorisaient certains médias d'État ? C'est la question que nous allons explorer aujourd'hui avec nos invités. Nous sommes en studio avec deux partenaires du projet européen CrossOver : Hind Fraihi et Bram Souffreau, qui travaillent tous deux chez Apache, et vont nous aider à y voir plus clair.

Bonjour Bram, vous êtes cofondateur d'Apache, un média belge spécialisé dans le journalisme d'investigation. Vous êtes aussi membre du projet CrossOver qui a publié en juin 2022 une étude intitulée " Les algorithmes de Youtube sont-ils accros aux médias d'État?". Pourriez-vous nous en parler ?

Bram Souffreau :

Avec plaisir ! Et je tiens à préciser que cette recherche a été menée par nos partenaires de Check First, des experts en algorithmes.

Jan Walraven :

L'étude commence avec l'interdiction par l'Union européenne de Russia Today et de Sputnik, deux médias très liés au Kremlin d'émettre dans les pays de l'UE.

Bram Souffreau :

Pour l'Union européenne, il s'agissait de se protéger de la propagande russe, notamment en ligne, dans un contexte de guerre. Ursula von der Leyen, présidente de la Commission européenne, a été claire lorsqu'elle a déclaré que « les médias d'État Russia Today et Sputnik, ainsi que leurs filiales, ne pourraient plus diffuser leurs mensonges pour justifier la guerre de Poutine.

Jan Walraven : Et cette interdiction a-t-elle fonctionné ? A-t-elle atteint son but ?

Bram Souffreau :

Oui et non.

Techniquement, ces médias d'État russes ont effectivement été rapidement interdits en Europe et comptes et sites bloqués. Même si certaines personnes arrivaient encore accéder à leurs contenus, globalement cela a fonctionné. Sputnik France, par exemple, a dû rapidement cesser ses activités parce qu'elle avait perdu ses revenus publicitaires
Le problème, ce sont les médias qui ont pris leur place !

Jan Walraven :

Quels médias d'État ou autres ont pris leur place ?

Bram Souffreau :

Nous avons étudié cela avec un tableau de bord développé dans le cadre du projet CrossOver. Cet outil a permis d'analyser les résultats de recherche et les vidéos recommandées par les algorithmes de YouTube lorsqu'un utilisateur belge tapait le mot-clé « Russie » dans la barre de recherche avant et après l'interdiction de la branche française de Russia Today, RT France.

En février 2022, au début de la Guerre en Ukraine, RT France était la source principale d'information, il arrivait largement en tête des vidéos recommandées.

Quand RT France a été interdit, il a été rapidement remplacé. Il y a d'abord eu la montée en puissance de France 24, puis de CGTN Français, la branche internationale francophone du média d'État chinois China Global Television Network- un organe de promotion de la Chine à l'étranger. Ce média, interdit en Angleterre depuis février 2021 pour être sous le contrôle du parti communiste, est encore légal en Europe et se trouve en tête des recommandations Youtube sur l'actualité en Ukraine.

Donc ce que nous voyons, c'est que les chaînes d'État russes ont disparu sur YouTube mais qu'elles ont été remplacées par la propagande chinoise menée par la CGTN.

Jan Walraven :

Pensez-vous que la CGTN soit en passe de devenir un média central d'information sur les réseaux pour les belges puisque cette chaîne est en tête des résultats de recherche sur Youtube ?

Bram Souffreau :

Non, je ne pense pas qu'il devienne un média d'information important. Ce que nous constatons, c'est que CGTN Français obtient de bons résultats lorsqu'il s'agit de l'Ukraine. A partir d'une autre enquête, nous avons également constaté que les vidéos de CGTN Français qui traitent de la question des Ouïghours - une minorité opprimée par l'État chinois- obtiennent également beaucoup de vues. Et qu'elles ont aussi une influence sur les téléspectateurs belges.

Mais lorsqu'il s'agit d'autres sujets qui n'ont rien à voir avec la guerre en Ukraine, la Russie ou les Ouïghours, alors CGTN Français n'obtient pas, selon nos enquêtes, de meilleurs résultats ou n'est pas plus recommandée que d'autres chaînes.

Jan Walraven :

Pour conclure, comment CGTN Français a-t-elle réussi à se hisser si haut dans cette liste de recommandations de Youtube ?

Bram Souffreau :

C'est très difficile à expliquer ou à comprendre. L'algorithme de Youtube est, disons, une sorte de boîte noire, personne ne sait vraiment comment il fonctionne. Nous ne savons donc pas précisément comment il se fait que certains résultats de recherche obtiennent de bien meilleurs scores que d'autres. Et pourquoi certaines vidéos, par exemple celles de CGTN, obtiennent de meilleurs résultats que d'autres vidéos similaires provenant, par exemple, de chaînes occidentales. Nous avons des indices pour l'expliquer, mais ce n'est pas sûr à 100%.

Le premier indice que nous avons est que l'algorithme préfère apparemment les contenus comme ceux créés pour la branche française de la CGTN, parce qu'ils font le buzz, sont populaires.

Le second, est qu'il pousse les comptes qui produisent et mettent en ligne fréquemment beaucoup de vidéos.

Enfin, il privilégie les contenus que les internautes partagent et commentent le plus. Et il avantage les comptes qui ont plus de followers que les autres.

L'algorithme de Youtube n'est pas transparent et nous laisse dans le flou sur le comment et le pourquoi certaines vidéos sont recommandées ou non aux utilisateurs.

Nous ne sommes sûrs de rien, nous n'avons que des hypothèses.

.....

[SECONDE PARTIE : L'ENQUÊTE SUR L'UKRAINE]

Narratrice : Nous sommes à la fin du mois d'avril 2022. Deux mois se sont écoulés depuis le début de l'invasion de l'Ukraine, et l'interdiction de RT France et de Sputnik. La guerre de l'information entre dans une nouvelle phase, avec les médias de propagande d'État de la Chine, de la Turquie et de la Russie qui dominent sur YouTube, dans la couverture de l'actualité de l'Ukraine. Au détriment des médias nationaux. C'est ce que révèle une enquête menée en Belgique, à laquelle a participé Hind Fraihi d'Apache.

Jan Walraven :

J'ai Hind Fraihi avec moi dans le studio, elle est journaliste d'investigation chez Apache et travaille sur le projet Crossover. Bonjour, Hind, bienvenue.

Hind Fraihi :

Bonjour Jan.

Jan Walraven :

Vous avez travaillé avec Check First, le partenaire finlandais de Cross Over, et vous utilisez beaucoup le tableau de bord qu'il a développé. La situation ne s'est pas arrangée en ce qui concerne la désinformation et la propagande en ligne, dans le cadre de la guerre entre l'Ukraine et la Russie/ Que s'est-il passé, que se passé-t-il ?

Hind Fraihi :

Tout d'abord, j'aimerais dire quelques mots sur le tableau de bord, qui ont été développés par notre partenaire finlandais Check First, une société travaillant sur la data, un système de veille et d'analyse, disons, où nous pouvons suivre et surveiller les algorithmes de recommandation sur les principaux médias sociaux. Nous regardons quel contenu est recommandé sur les plates-formes sociales aux internautes belges, et nous suivons environ six d'entre elles : Reddit, Twitter, Facebook, Youtube mais aussi Odysee, qui est moins populaire en Flandre, mais qui est bien connue pour être une plateforme fréquentée par l'extrême droite.

Jan Walraven :

Et trouvez-vous inquiétant que les utilisateurs belges sur Youtube qui cherchent des informations sur la guerre en Ukraine, se voient principalement proposer des contenus provenant de ces médias d'Etat étrangers?

Hind Fraihi :

Je ne peux pas aller contre cela. Ce que je peux dénoncer ce sont les techniques de désinformation que l'on voit à l'œuvre ici et là. Dans le cas de la propagande russe, ils cherchent en fait à déstabiliser l'Europe. Ils veulent le chaos, pour le dire très simplement. Et dans le cas des radiodiffuseurs d'État chinois, on est principalement face à de l'auto glorification, selon nos recherches concernant la couverture des Ouïghours.

Jan Walraven :

Est-ce que cela n'a pas aussi à voir avec la langue ? Les vidéos en néerlandais et en flamand seraient-elles moins recommandées parce que leur audience couvre une zone linguistique plus petite, de sorte que les médias étrangers qui produisent des vidéos en anglais ou en français seraient favorisés par Youtube?

Hind Fraihi :

La petite zone linguistique joue évidemment un rôle, nous sommes une minorité linguistique. Mais il est très intéressant de voir sur les tableaux de bord qu'il y a une plus grande influence des médias néerlandais des Pays-Bas vers la Belgique que l'inverse. Nous l'avons vu très clairement avec l'histoire du convoi de la liberté à la mi-février. Il y a eu une énorme mobilisation sur les médias sociaux pour appeler à paralyser Bruxelles en manifestant, de préférence avec un véhicule, pour se battre contre les mesures liées au Coronavirus, dont la politique vaccinale. Dans ce cas, on a vu que certains contenus venaient des Pays-Bas.

Jan Walraven :

Et que pouvez-vous nous dire sur la désinformation en ligne qui circule sur ces plateformes et du rapport que cela a avec les algorithmes de Youtube, par exemple ?

Hind Fraihi :

Je peux vous dire à la fois beaucoup et peu de choses à ce sujet. Comme Bram vient de le dire, les algorithmes ne dévoilent pas leurs cartes, les GAFAM ne répondent pas toujours - ou ne savent pas répondre - aux questions qu'on leur pose sur le fonctionnement des leurs

algorithmes, notamment sur la façon dont ils sélectionnent ce qui est recommandé aux internautes belges.

Maintenant, nous avons Crossover. Mais c'est un projet que nous avons soumis l'année dernière en 2021, avant même que la Russie n'envahisse l'Ukraine. Nous allons continuer à suivre ce qu'il se passe avec le tableau de bord, ce devrait être passionnant. Pour l'instant, qu'avons-nous pu conclure ? Eh bien que lorsque vous tapez des termes de recherche liés à la guerre en Ukraine, par exemple Kiev, le Donbass ou le terme, alors disons que 9 fois sur 10, vous tombez sur des médias étrangers. Avant que Russia Today ne soit censuré, Russia Today était particulièrement recommandé, mais nous avons vu plus tard qu'après l'interdiction de RT, le terrain a été pris par le réseau de télévision mondial chinois, une chaîne d'État chinoise. Un géant des médias multilingue qui produit du contenu d'actualité en espagnol, en anglais, en français, et bien sûr cela aide aussi pour que les algorithmes le mettent en avant.

[TROISIÈME PARTIE] EMI

Narratrice :

Le 25 mai 2022, près de 70% des 50 vidéos les plus vues sur Youtube étaient liées au conflit russo-ukrainien, selon les recherches de Check First. Ces vidéos sont également particulières car elles ont un engagement plus élevé que les vidéos sur d'autres sujets. Existe-t-il un moyen de tirer parti de ce facteur de participation pour combattre la propagande ? Demandons à notre expert en éducation aux médias !

Jan Walraven :

Bonjour Zara Mommerency et bienvenue dans notre studio ! Vous travaillez dans le domaine de l'Éducation aux Médias et à l'Information, l'EMI. Pouvez-vous nous expliquer brièvement ce que vous faites exactement ?

Zara Mommerency :

Bonjour, je travaille au Centre flamand d'EMI " Media Wijs ", et ce que nous faisons en fait, c'est d'essayer d'amener les citoyens, jeunes et moins jeunes, à s'engager activement, de manière critique et créative, dans les médias, en apprenant à les analyser et les utiliser. Nous les encourageons par exemple à s'interroger sur la façon dont ils s'informent en ligne comment ce type d'information m'est-elle parvenue, comment fonctionnent les médias sociaux, comment marche la désinformation ? Ce sont à ce type de questions que nous répondons ensuite.

Jan Walraven :

Nous avons réalisé une étude sur les algorithmes de recommandation de Youtube et d'autres médias sociaux dont nous avons déjà longuement parlé. Cette étude nous montre que, sur Youtube, de nombreuses vidéos des médias d'Etat chinois, souvent des vidéos de propagande, sont recommandées. Ainsi, les utilisateurs belges voient ces vidéos en premier lorsqu'ils recherchent des informations sur l'Ukraine sur Youtube. Pouvons-nous faire quelque chose à ce sujet?

Zara Mommerency :

Eh bien, je pense que nous ne devrions certainement pas avoir trop peur de ces fameux algorithmes. Tout d'abord, il y a une réglementation en cours, qui s'emploie à garantir qu'ils deviennent plus transparents afin que nous en sachions un peu plus sur les informations qu'ils

poussent en avant.

D'autre part, en étant conscients du fait qu'il y a de la propagande en ligne et en apprenant à la reconnaître, nous serons en mesure de mieux évaluer les risques encourus. Je pense que la lutte contre la désinformation et la propagande passent par là, et que nous pouvons y travailler en Éducation aux Médias et à l'Information. Par exemple, en sensibilisant les jeunes aux techniques qui se cachent derrière la propagande. Quand on connaît leur existence, on les repère plus rapidement dans les informations que l'on voit, lit, entend en ligne. Par exemple dans les vidéos sur Youtube.

Jan Walraven :

Donc, prendre conscience du fait que la propagande est présente sur les médias sociaux, sur Internet, est une première étape importante.

Zara Mommerency :

La première chose, c'est de comprendre ce qu'est la propagande et d'avoir conscience qu'il y a des gens qui veulent influencer l'opinion publique, orienter nos pensées et nos actions. Ces gens utilisent souvent les mêmes techniques, comme jouer très fort sur nos émotions, brandir le "nous contre eux", ou dire répondre à nos besoins. Ce sont des choses que l'on reconnaît une fois qu'on les connaît. C'est une étape importante pour s'armer contre la propagande.

Jan Walraven :

Quelle est la caractéristique la plus importante pour repérer une vidéo de propagande ? Et ensuite, que peut-on faire ? Que pouvez-vous faire ?

Zara Mommerency :

Je pense que la chose qui arrive le plus souvent, c'est le fait de jouer avec nos émotions. Aussi bien positives que négatives. Et donc, ce que nous disons toujours, c'est que lorsque vous regardez une vidéo et que vous remarquez qu'elle vous bouleverse, vous devez vous arrêter, prendre du recul et vous demander "pourquoi cela me rend si en colère ou si triste ?".

L'idée, c'est qu'une vidéo qui fait appel à nos émotions et nous touche, est beaucoup susceptible d'être crue et partagée. Et c'est là que le bât blesse, car dès que vous commencez à la partager, l'algorithme se dit que c'est quelque chose que beaucoup de gens veulent voir et il va la pousser en avant. Alors, forcément, la propagande va se répandre très rapidement. Je pense donc que ne pas partager tout de suite ce type vidéo, la laisser de côté et la regarder à nouveau un peu plus tard est une première étape. C'est vraiment déjà un premier pas pour lutter contre la propagande.

Jan Walraven :

Laisser l'émotion se calmer un peu, élargir ses horizons, peut-être ne pas s'informer uniquement sur les médias sociaux, sur Youtube...

Zara Mommerency :

Je pense effectivement que c'est toujours bien de consulter plus d'une source, que ce soit sur les médias sociaux ou dans les médias traditionnels. Ce que l'on dit à la radio sur un sujet, ce que l'on dit à la télévision, ce que l'on dit dans le journal. Consulter un autre site d'information, etc.

Mais il est également très important que vous commenciez activement à rechercher vous-même des points de vue opposés. Par exemple, si vous suivez les informations d'un certain parti

politique, vous devriez peut-être aussi suivre celle d'un autre parti du spectre pour voir ce qu'il dit sur le même sujet et comme cela, d'une certaine manière, vous allez aussi embrouiller un peu l'algorithme qui s'attend à ce que vous suiviez des sources du même bord. Chercher des points de vue différents, voire opposés sur différentes plateformes, c'est très gratifiant pour se renseigner et découvrir des perspectives sur un sujet.

Ce qui fonctionne aussi très bien si vous voulez obtenir plus d'informations ou des informations différentes, c'est d'effacer de temps en temps votre historique de recherche et de navigation, d'effacer vos cookies, de faire des recherches sur un autre navigateur ou d'utiliser un autre moteur de recherche comme DuckDuckGo.

Si vous faites ça et que vous allez ensuite sur Youtube, votre page d'accueil va déjà être complètement différente, puisque son algorithme aura bien moins d'informations sur vous. Donc oui, je dis que vous pouvez faire beaucoup pour empêcher la propagande d'arriver jusqu'à vous.

Jan Walraven :

Et donc, non seulement éviter d'être exposé à de la propagande, mais, comme vous dites " embrouiller l'algorithme " ?

Zara Mommerency :

En fait, ce que vous pouvez aussi faire de très simple, c'est d'ignorer un message. Si vous n'y répondez pas, si vous ne l'aimez pas, alors il ne sera pas diffusé plus loin par un algorithme. Donc très facile : en cas de doute sur un contenu, il suffit de ne pas le partager et de l'ignorer.

Jan Walraven :

Donc, pour conclure, je vais récapituler quelques conseils : choisir un régime varié de différentes sources (d'informations), laisser ses émotions se calmer un peu avant de partager quelque chose et prendre conscience de ses comportements de lecteur et de " clickeur " pour donner moins de chance à la désinformation

Voix off : Ce podcast a été produit par Savoir Devenir dans le cadre du projet Crossover, financé par l'Union européenne. A la conception : Sophia Hamadi et Pascale Garreau. A la réalisation technique : Marieke Rimaux et BNA-BBOT. A l'édition et à la rédaction : Savoir Devenir, assisté d'Apache. Retrouvez les notes de ce podcast, le Dashboard et tous les épisodes sur le site Crossover.social



Crossover est un projet financé par l'Union européenne dans le cadre de la DG-Connect. Grant agreement LC-01682253