

Facebook et Google s'allient aux médias français pour lutter contre les fausses informations

Facebook et Google ont simultanément annoncé le déploiement prochain, en France, de dispositifs de signalement de "fake news". A cette fin, Facebook s'est allié à huit médias français partenaires (Le Monde, l'Agence France-Presse, BFM-TV, France Télévisions, France Médias Monde, L'Express, Libération et 20 Minutes) pour permettre aux utilisateurs de « faire remonter » une information qu'ils pensent être fausse. Les liens signalés sont rassemblés au sein d'un portail, auquel les médias partenaires ont accès. Ceux-ci peuvent dès lors vérifier ces informations. Si deux médias partenaires établissent que le contenu signalé est faux et proposent un lien qui en atteste, alors ce contenu apparaîtra aux utilisateurs avec un pictogramme mentionnant que deux « fact-checkers » remettent en cause la véracité de cette information. Quand un utilisateur voudra partager ce contenu, une fenêtre s'ouvrira pour l'alerter. Ce contenu ne pourra pas donner lieu à une exploitation publicitaire sur Facebook. Parallèlement, les sites diffusant des fausses informations auront une visibilité réduite. Un dispositif similaire a été mis en place en décembre aux Etats-Unis avec le concours de cinq médias et doit prochainement être lancé en Allemagne. Dans le même temps Google, via Google News Lab (sa division pour les médias) et First Draft (un réseau de médias) a annoncé, le 6 février, le lancement de CrossCheck, outil de vérification collaboratif. L'objectif est ici encore de limiter la diffusion d'informations trompeuses ou fallacieuses. Seize rédactions sont parties prenantes (dont l'AFP, Les Echos, Le Monde, France Télévisions, ou encore La Provence), ainsi que plusieurs sociétés de technologie. Le grand public pourra signaler des contenus douteux vus sur internet et les réseaux sociaux, ou poser des questions via une plate-forme spécialisée, afin que les partenaires de CrossCheck puissent mener l'enquête et répondre aux demandes directement sur la plateforme. La plateforme sera lancée le 27 février, avant l'élection présidentielle française. Facebook a notamment été accusé d'avoir favorisé indirectement l'élection de Donald Trump en aidant à la propagation de contenus faux et allant dans le sens du discours du candidat républicain