



## L'I.A. et la manipulation électorale de l'opinion.

La manipulation au sens abstrait, désigne **l'emprise exercée par une personne sur une ou plusieurs autres dans le but de contrôler leurs actions ou leurs sentiments**. Elle est, dans toutes les civilisations, décriée par la morale.

L'essor des réseaux sociaux a rendu possible l'ouverture de nombreux débats démocratiques sur un certain nombre de questions sociales et politiques, mais a également ouvert une boîte de Pandore: celle de la **manipulation par l'analyse et l'utilisation de données personnelles** privées d'utilisateurs de différentes plateformes, afin de cerner leurs intérêts, les répertorier, et de mieux comprendre comment mieux les atteindre. L'usage de ces données peut avoir des fins de **profilage marketing**, mais les fins peuvent aussi être **politiques**, lorsque l'utilisation de ces données sert à manipuler l'information dans l'intention d'influencer celui qui la reçoit, en faveur d'une cause ou d'un vote.

### I) 2016 : le tournant numérique de la manipulation électorale de l'opinion

#### A) Le cas Cambridge Analytica

Créée en 2013 comme une filiale des *Strategic Communication Laboratories*, avant de faire faillite en 2018, **Cambridge Analytica** était une société de publication stratégique combinant des outils d'exploration et d'analyse des données, spécialisée en politique américaine. En 2018, la société se retrouve au cœur d'un scandale mondial pour avoir organisé la **récolte des données personnelles de dizaines de millions d'utilisateurs** de Facebook, afin de cibler des profils et véhiculer des messages en faveur de l'élection de Donald Trump aux Etats-Unis en 2016.

Le scandale Cambridge Analytica soulève plusieurs questions. En effet, l'accès aux données, leur diffusion et leur utilisation sont des sujets sensibles qui touchent à la vie privée, et l'influence que le traitement de ces données peut avoir sur la vie politique du pays pose réellement problème. C'est en tout cas ce que suggère le lanceur d'alerte et ancien salarié de la société, **Christopher WYLIE**. En effet, il y aurait eu une fuite massive de données privées qui aurait eu une incidence indirecte sur les votes et la vie politique des Etats-Unis. La société aurait alors récupéré des données sur une application utilisant une interface de connexion entre Facebook et Cambridge Analytica, par le biais d'un quizz qui, bien qu'il ait été téléchargé par 300 000 utilisateurs, a en fait donné l'accès aux données des « amis » : contacts de ces utilisateurs. Finalement, ce sont quelques 87 millions de personnes qui sont concernées, sans compter d'autres potentielles bases de données dont on ne connaît pas l'origine.

#### B) Les outils numériques de la manipulation électorale de l'opinion

##### 2 façons de procéder :

- Le profilage : Selon la définition du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) le profilage est le traitement automatisé de données à caractère personnel, qui consiste à utiliser ces données pour évaluer certains aspects de la personne concernée, et analyser ou prédire ses intérêts, son comportement et d'autres attributs.<sup>1</sup> Le profilage peut être utilisé à des fins marketing, mais aussi en politique. C'est ce qu'il s'est passé avec la société Cambridge Analytica dans le cadre des élections présidentielles américaines de 2016.
- La manipulation de l'information : *fake news, deepfake, troll*, création de faux comptes.

<sup>1</sup> RGPD : Règlement (UE) 2016/679 du Parlement européen et du Conseil du 27 avril 2016 relatif à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données, et abrogeant la directive 95/46/CE (règlement général sur la protection des données)



Il ne s'agit plus de « profiler » l'électorat mais d'agir directement sur l'information qui sera véhiculée, en la modifiant voire en la façonnant de toute pièce. A l'heure où les réseaux sociaux prennent une ampleur de plus en plus considérable de par leur qualité de diffusion de l'information en quasi-instantanée, se pose de plus en plus la question des fake news, ces « fausses informations » ou des *deepfakes* (hypertrucage, technique de synthèse d'images basée sur l'intelligence artificielle qui permet de changer le visage d'une personne sur des vidéos.) C'est sans compter la présence d'une multitude de faux-comptes, de trolls ou de bots, créés dans le but de relayer et diffuser ces fausses informations et d'en surcharger les plateformes.

## **II) Restreindre la manipulation électorale de l'opinion**

### **A) Utiliser de façon respectueuse les données personnelles des électeurs**

Face à la recrudescence de l'usage de logiciels de prospection politique ou de stratégie électorale, à l'occasion des élections municipales de mars 2020, la CNIL a rappelé les bonnes pratiques à suivre<sup>2</sup> afin de mieux respecter les données personnelles des électeurs. En effet, grâce à des données sociodémographiques et aux résultats électoraux précédents, ces logiciels rendent possible l'identification des secteurs géographiques les plus intéressants en termes de prospection politique. A partir des données obtenues, les stratégies de communication peuvent être établies. Pour cela, il convient donc de : Maîtriser les données à caractère personnel utilisées par les logiciels de stratégie électorale et de prospection politique ; en vérifiant la nature et l'origine des données, en minimisant la collecte de données, et en conservant les données pour une durée strictement nécessaire au regard des finalités du traitement ; Informer les personnes concernées par le traitement de leurs données et recueillir leur consentement ; Garantir l'effectivité des droits d'accès et d'opposition ; Encadrer la relation contractuelle entre le candidat et ses sous-traitants ; Garantir la sécurité des données des électeurs.

### **B) Mieux lutter contre la manipulation électorale de l'opinion**

Selon la loi n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la **lutte contre la manipulation de l'information** les fake news, qui ont tendance à être plus souvent relayées par les plateformes de réseaux sociaux, peuvent être définies comme « Toute allégation ou imputation d'un fait dépourvue d'éléments vérifiables de nature à la rendre vraisemblable ». En période électorale et pendant les trois mois précédant une élection les plateformes numériques seront obligées de faire preuve de transparence afin de permettre aux utilisateurs de ces plateformes de connaître l'annonceur de contenus sponsorisé et le montant de ces sponsors. Cette loi a vocation à protéger les journalistes et seuls les candidats et formations politiques pourront saisir le juge des référés, en charge de l'affaire, de s'adresser plus facilement à la plateforme pour qu'elle retire le contenu en question. Le responsable de la plateforme disposerait alors d'un délai restreint pour retirer le contenu. De même, le texte prévoit que le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel pourra empêcher, suspendre ou mettre fin à la diffusion des services de télévision contrôlés « par un Etat étranger ou sous influence de cet Etat », et qui porte atteinte aux intérêts fondamentaux de la nation, ou participent à une entreprise de déstabilisation de ses institutions.<sup>3</sup> Toutefois, il convient de rappeler qu'il n'y a pas de lien clairement établi entre la propagation de fausses nouvelles et la manipulation politique<sup>4</sup>.

<sup>2</sup> Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés, *Logiciels de prospection politique et de stratégie électorale : 5 bons réflexes pour une utilisation respectueuse des données personnelles*, 10 février 2020

<sup>3</sup> La rédaction de LCI, *C'est quoi exactement une "fake news" ou "fausse information" ? La définition officielle vient d'être adoptée*, 30 mai 2018

<sup>4</sup> François-Bernard HUYGHE, directeur de recherche à l'Iris, auteur *Fake News: la grande peur*, V.A. Éditions, Paris, 2018