

Glossaire : Médias digitaux et élections

Livrable de l'Observatoire des Réseaux Sociaux

Quatrième Assemblée Plénière du Réseau Mondial de Justice Électorale (RMJE)

Version: Octobre 2021

Coordination générale : Conseil de l'Observatoire des Réseaux Sociaux

Comité de rédaction : Secrétariat Technique du RMJE

*Coordinateur Académique : Rafael Rubio, Professeur de Droit Constitutionnel, Université
Complutense de Madrid*

Table des matières

I. Objectif du glossaire	2
II. Introduction conceptuelle.....	2
III. Glossaire des concepts de médias digitaux et des élections	2
A.....	3
B.....	6
C.....	8
D.....	17
E.....	21
F.....	23
G.....	25
H.....	25
I.....	26
J.....	31
K.....	32
L.....	32
M.....	33
N.....	36
O.....	37
P.....	38
Q.....	43
R.....	44
S.....	47
T.....	48
U.....	49
V.....	50
W.....	51
X.....	51
Y.....	51
Z.....	51
 IV. Bibliographie	 52
V. Annexe 1 : Contexte.....	53
VI. Annexe 2 : Méthodologie.....	53
VII. Annexe 3 : Cadre conceptuel de base et références internationales.....	54

I. Objectif du glossaire

Le glossaire définit les concepts dans le domaine des technologies de communication numérique et de leur utilisation dans les élections, se concentre sur les éléments techniques des médias numériques et inclut les droits exercés et affectés, en tenant compte des différentes réalités des pays qui composent le Réseau Mondial de Justice Électorale (RJE).

Son objectif est de servir de source de référence pour les autorités qui rendent la justice électorale, afin d'avoir une meilleure compréhension et une meilleure approche de ces nouveaux défis et, par conséquent, d'utiliser ces informations pour adapter leurs décisions judiciaires. Il constituera un document de base pour comprendre, discuter et analyser les expériences et les recommandations sur le terrain au sein du Réseau Mondial. Le glossaire sera régulièrement mis à jour avec de nouveaux concepts, ainsi que des exemples de leur application dans le domaine électoral national.

II. Introduction conceptuelle

Le libre exercice des droits de suffrage, tels que le **droit de vote**, le **droit d'être élu** et le **droit de prendre part à la direction des affaires publiques**, ont leur base normative dans les instruments internationaux¹ et sont protégés par la **liberté d'expression**, qui est un aspect indispensable de toute démocratie et de tout système électoral modernes. Ce droit d'exprimer ses idées et ses opinions, de les échanger avec ses concitoyens et de demander ou de partager des informations, est indispensable à la vie publique et politique. Il est également lié à la **liberté de réunion et d'association** et au **droit à l'information**.

Avec la numérisation de la politique, la liberté d'expression est devenue la pierre angulaire des nouvelles technologies de communication numérique et, par conséquent, cette liberté et le droit de voter et d'être voté dans des conditions d'égalité **doivent également être garantis en ligne**. Les **réseaux sociaux** sont l'un des outils les plus importants de la politique moderne ; les plateformes numériques sont la nouvelle "place publique".² En fin de compte, les nouveaux défis numériques menacent le **droit à des règles du jeu équitables dans une compétition électorale** et à **des élections libres et équitables**.³

III. Glossaire des concepts de médias digitaux et des élections

Le contexte actuel de la démocratie souligne l'importance de comprendre le paysage des réseaux sociaux dans une perspective électorale. Le glossaire ci-dessous développe les concepts clés que l'on retrouve dans de nombreux dictionnaires, études et instruments internationaux sur la technologie et la démocratie.

¹ Voir : Article 21 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et Article 25 du Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques.

² Voir : Commission de Venise. *Principes pour un usage conforme aux droits fondamentaux des technologies numériques dans les processus électoraux*, 2020.

³ Pour plus d'informations sur le cadre conceptuel et les références internationales, veuillez consulter l'**Annexe 3**.

Concept	Définition générale	Exemple national ⁴
A/B Testing	Une méthode de recherche en marketing où les variables d'un scénario de contrôle sont modifiées et les stratégies alternatives qui en découlent testées, afin d'améliorer l'efficacité de la stratégie marketing finale. ⁵	
Acteur non authentique	Personnes ou organisations qui s'efforcent de tromper les autres sur leur identité ou leurs activités. ⁶	
Algorithme	Suite finie de règles formelles (opérations logiques, instructions) permettant d'obtenir un résultat à partir d'éléments fournis en entrée. Cette suite peut être l'objet d'un processus automatisé d'exécution et s'appuyer sur des modèles conçus par le biais d'apprentissage machine. ⁷ Les plateformes de médias sociaux utilisent des algorithmes pour, entre autres, compiler et sélectionner le contenu que les utilisateurs voient.	

⁴ Lors de la deuxième réunion du Conseil d'Administration, il a été convenu que la liste des concepts et leurs définitions seraient finalisées dans un premier temps, et que les cas nationaux seraient inclus dans un second temps. Par conséquent, la colonne des exemples nationaux est vide.

⁵ https://www.marketingterms.com/dictionary/ab_testing/

⁶

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

⁷ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe.

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

Analyse des réseaux sociaux (en anglais <i>Social network analysis, SNA</i>)	Un processus d'analyse quantitative et qualitative d'un réseau social. L'analyse des réseaux sociaux mesure et cartographie le flux des relations et les changements de relations entre les entités détentrices de connaissances. La structure de l'analyse des réseaux sociaux est constituée d'entités nodales, telles que les humains, et de liens, tels que les relations. ⁸	
Analyse sémantique	Forme plus sophistiquée de la méthode du <i>Traitement du Langage Naturel</i> ou d' <i>Écoute Sociale</i> , ce concept se concentre sur le processus d'enchaînement des mots ainsi que sur la manière dont le langage est compris à travers le contexte culturel. Il pourrait aider à créer des livres électroniques et des articles de blog, avec le potentiel de remplacer les écrivains humains ou les spécialistes du marketing de contenu. ⁹	
Anonymat	Situation dans laquelle le nom d'une personne ou d'autres informations permettant de l'identifier personnellement ne sont pas donnés ou connus. ¹⁰ Peut également être interprété en combinaison avec les notions de <i>Vie privée</i> et de <i>Pseudonymisation</i> .	
Apprentissage automatique (<i>Machine Learning</i>)	L'Apprentissage Machine permet de construire un modèle mathématique à partir de données, en incluant un grand	

⁸ <https://www.techopedia.com/definition/3205/social-network-analysis-sna>

⁹ Business 2 community: <https://www.business2community.com/marketing/artificial-intelligence-terms-marketers-need-know-01891972>

¹⁰ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/anonymity>

	nombre de variables qui ne sont pas connues à l'avance. ¹¹	
Apprentissage supervisé	Forme d'apprentissage automatique qui ne fonctionne pas de manière autonome mais nécessite une intervention humaine. Les données sont présentées à la machine et le processus est guidé par une personne pendant que l'ordinateur travaille à un résultat spécifique. ¹² Par exemple, en étiquetant le contenu, l'apprentissage automatique guidé génère un résultat attendu. ¹³	
Astroturfing	Pratique consistant à déguiser une campagne orchestrée, destinée à créer la fausse impression d'un mouvement populaire généralisé et spontané en faveur ou en opposition à quelque chose (comme une politique), mais qui est en réalité initié et contrôlé par un groupe ou une organisation cachée. Une forme moderne d' <i>astroturfing</i> utilise l'Internet: par exemple, des groupes inondent une boîte de réception de messages provenant d'une source unique, en utilisant de nombreux comptes. ¹⁴	
Attaque par déni de service distribué (DDoS)	Lorsqu'un adversaire prend le contrôle d'un grand nombre de dispositifs en ligne connectés (voir <i>botnet</i> ci-dessous), il les utilise pour "pinguer" ou submerger un site web cible avec un faux trafic	

¹¹ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹² Business 2 community: <https://www.business2community.com/marketing/artificial-intelligence-terms-marketers-need-know-01891972>

¹³ <https://machinelearningmastery.com/supervised-and-unsupervised-machine-learning-algorithms/>

¹⁴ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/astroturfing>

	en une seule fois, ce qui le fait tomber en panne. Cette technique peut être utilisée pour empêcher le propriétaire du site (par exemple un parti politique) de collecter des fonds ou pour perturber considérablement une campagne. 15	
--	---	--

B

Concept	Définition Générale	Exemple national
Base de données	Une base de données est un « conteneur » stockant des données telles que des chiffres, des dates ou des mots, pouvant être retraités par des moyens informatiques pour produire une information ; par exemple, des chiffres et des noms assemblés et triés pour former un annuaire.¹⁶ Les informations extraites du contenu des médias sociaux peuvent constituer une base de données d'informations	
Biais algorithmique	Les technologies qui n'envisagent pas toute la gamme des idées disponibles et présentent des erreurs répétables dans le résultat d'un système informatique, privilégiant un résultat par rapport à un autre. Un algorithme peut "programmer" un logiciel pour qu'il ne prenne pas en compte toute la gamme des entrées, mais seulement un spectre plus restreint. Ce biais se retrouve dans les résultats des moteurs de recherche et sur les plateformes de médias sociaux.¹⁷ Ce concept	

¹⁵ <https://www.ndi.org/sites/default/files/INCampaignPlaybook%20-%20draft2.pdf>

¹⁶ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0206>

	est lié à l'intelligence artificielle et peut également être décrit comme le "gerrymandering" numérique des élections, lorsqu'un intermédiaire utilise une présentation sélective des informations pour favoriser son agenda, au lieu des utilisateurs, qui sont dans ce cas les électeurs. ¹⁸	
Big Data (mégadonnées, grand jeu de données)	Le terme « big data » désigne un grand ensemble de données, de source hétérogène (open data, données propriétaires, données achetées commercialement). ¹⁹	
Blacklist (Liste noire)	Dans le cas des sites web et des liens vers les médias sociaux, cela signifie que le contenu est étiqueté comme dangereux pour les visiteurs, en raison de spams ou de logiciels malveillants destinés à infecter les communications. ²⁰	
Bots	Les robots sociaux sont de simples codes informatiques capables de simuler des êtres humains et de publier des messages en ligne. Les botnets sont les efforts de piratage coordonnés de plusieurs bots. ²¹ Ils peuvent être utilisés pour effectuer des <i>Dénis de Service Distribués (DDos)</i> .	
Bulles épistémiques	Une structure épistémique sociale dans laquelle d'autres voix pertinentes ont été laissées de côté, peut-être par accident. Les membres des bulles épistémiques ne sont pas exposés aux informations et arguments pertinents. Dans les bulles	

¹⁸ http://cdn.harvardlawreview.org/wp-content/uploads/2014/06/vol127_Symposium_Zittrain.pdf

¹⁹ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

²⁰ <https://blog.sucuri.net/2015/05/how-social-media-blacklisting-happens.html#:~:text=The%20initial%20reaction%20to%20hearing,labeled%20as%20dangerous%20to%20visitors.>

²¹ https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

	épistémiques, les autres voix ne sont pas entendues, tandis que dans les chambres d'écho, les autres voix sont activement sapées. ²²	
--	---	--

C

Concept	Définition générale	Exemple national
Calcul haute performance (HPC)	Le calcul haute performance (HPC) permet de traiter les données et d'effectuer des calculs complexes à des vitesses élevées. Avec l'évolution des technologies telles que l'Internet des objets (IdO), l'intelligence artificielle (IA) et l'imagerie 3D, la taille et le volume des données avec lesquelles les entreprises doivent travailler connaissent une croissance exponentielle. À de nombreuses fins, telles que le streaming d'un événement sportif en direct, le suivi de l'évolution d'une tempête, les tests de nouveaux produits ou l'analyse des tendances boursières, la capacité de traiter les données en temps réel est cruciale. ²³	
Campagnes d'influence (et campagnes d'influence malveillantes)	Actions entreprises par des gouvernements ou des acteurs non étatiques organisés, telles que des campagnes de sensibilisation ou des campagnes politiques. Une version malveillante de ce type de campagne vise à déformer le sentiment politique national ou étranger, le plus souvent pour obtenir un résultat stratégique et/ou géopolitique. ²⁴	

²² <https://www.cambridge.org/core/journals/episteme/article/echo-chambers-and-epistemic-bubbles/5D4AC3A808C538E17C50A7C09EC706F0>

²³ <https://www.netapp.com/fr/data-storage/high-performance-computing/what-is-hpc/>

²⁴ Wardle (2017), p. 16.

	Les campagnes d'influence déploient de plus en plus un ensemble de tactiques de désinformation dans le but de manipuler l'opinion publique et de porter atteinte à l'intégrité de l'environnement informationnel. ²⁵	
Campagne électorale (traditionnelle et en ligne)	Une campagne précédant une élection qui encourage les sympathisants d'un candidat ou d'un parti ainsi que les électeurs indécis à participer à l'élection et à voter pour certains candidats. Il existe généralement un cadre juridique et un calendrier précis pour les campagnes électorales, tant hors ligne qu'en ligne. Les médias sociaux sont désormais largement utilisés - principalement pour conquérir les jeunes électeurs, mais ils peuvent également aider les partis et les candidats à atteindre d'autres objectifs que la conquête des électeurs. Ces canaux ont également été utilisés pour positionner les partis et les candidats dans le domaine de l'"Infodivertissement", qui consiste à présenter les informations de la campagne de manière divertissante.²⁶ Veuillez consulter <i>Campagne "politique"</i>.	
Campagne "politique"	Contrairement à la <i>Campagne électorale</i> , une campagne politique n'est pas légalement limitée dans le temps et précède généralement la période officielle de la campagne électorale. Elle comprend les efforts concertés déployés par les concurrents politiques et leurs partisans pour façonner l'opinion publique en leur faveur, qui devrait ensuite se	

²⁵

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

²⁶ <https://www.polyas.com/election-glossary/election-campaign>

	convertir en capital électoral. Une telle campagne peut être menée hors ligne et en ligne et peut inclure des publicités payantes ou non. Alors que les campagnes électorales ont généralement un cadre juridique clair, les campagnes politiques en ligne sont beaucoup moins réglementées et ont tendance à inclure des acteurs étrangers ou privés qui gèrent les stratégies de communication en ligne.²⁷	
Chambre d'écho	En général, le terme "chambre d'écho" illustre la façon dont les goulets d'étranglement ou les silos de données limitent les choix et les options disponibles pour les personnes ou les machines. Dans les médias sociaux et autres plates-formes interactives, où les technologies sélectionnent souvent des éléments de données à partir d'une source générale en fonction d'heuristiques ou d'algorithmes d'apprentissage, les utilisateurs peuvent voir un flux de médias sociaux se transformer en une "chambre d'écho" d'idées communes et similaires et se demander pourquoi cela s'est produit. Une chambre d'écho peut également être définie comme une situation dans laquelle les gens n'entendent que des opinions d'un seul type ou qui sont similaires aux leurs. Cela signifie que d'autres voix ont été activement exclues et discréditées.²⁸ Les membres des chambres d'écho ont été amenés à se méfier systématiquement de toutes les sources extérieures. Dans les bulles épistémiques, les autres voix ne sont pas entendues, tandis que dans les	

²⁷ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/regulating-online-campaign-finance.pdf>

²⁸ <https://www.techopedia.com/definition/23423/echo-chamber>

	chambres d'écho, les autres voix sont activement sapées. ²⁹	
Chatbot (agent conversationnel)	Agent conversationnel qui dialogue avec son utilisateur (par exemple: les robots empathiques à disposition de malades, ou les services de conversation automatisés dans la relation au client). ³⁰	
Ciblage (micro et géographique)	La fonction de ciblage permet aux individus ou aux organisations d'utiliser les médias sociaux pour adresser des messages politiques à certains groupes cibles.³¹ Le micro-ciblage consiste à cibler plus finement des groupes d'électeurs sur la base de combinaisons complexes de données démographiques ou d'autres facteurs, en envoyant des messages à des groupes particuliers d'utilisateurs pendant une campagne.³² Ces deux types de ciblage dépendent des informations provenant des médias sociaux dans la base de données de la campagne, mais la granularité des critères utilisés pour le ciblage varie.³³ Le ciblage géographique au sein des plateformes de publicité numérique est un processus par	

²⁹ <https://www.cambridge.org/core/journals/episteme/article/abs/echo-chambers-and-epistemic-bubbles/5D4AC3A808C538E17C50A7C09EC706F0>

³⁰ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

³¹ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI\(2014\)140709_RE_V1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_RE_V1_EN.pdf)

³² [https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI\(2014\)140709_RE_V1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_RE_V1_EN.pdf)

³³ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI\(2014\)140709_RE_V1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_RE_V1_EN.pdf)

	lequel les spécialistes du marketing peuvent sélectionner les villes, les comtés, les régions ou les pays qu'ils souhaitent cibler avec leurs publicités. En outre, ils peuvent également ajuster les paramètres d'une annonce donnée afin d'exclure les personnes effectuant des recherches en dehors des zones sélectionnées. ³⁴	
Citoyen numérique	Une personne qui sait utiliser l'internet pour communiquer avec d'autres personnes, acheter et vendre des choses, et participer à la vie politique, et qui comprend comment le faire de manière sûre et responsable. ³⁵	
Cluster	Tout groupe de personnes ou de choses qui partagent une caractéristique commune. L'IA passe les données au peigne fin pour découvrir des modèles et des connexions que les humains ne verraient pas forcément. Les clusters peuvent être utilisés pour identifier des segments ou des publics cibles, créant ainsi des opportunités de marketing grâce aux points communs. ³⁶	
Code QR	Un type de code-barres, ou de motif susceptible d'être scanné, qui contient diverses formes de données, comme des liens vers des sites web et des informations sur les comptes. Ils sont largement utilisés sur les médias sociaux ³⁷ , et permettent aux acteurs politiques d'automatiser leur processus lorsqu'ils maximisent la sensibilisation pendant une campagne électorale. ³⁸	

³⁴ <https://socialmediaexplorer.com/digital-marketing/the-connection-between-geo-targeting-social-media/>

³⁵ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/digital-citizen>

³⁶ Business 2 community: <https://www.business2community.com/marketing/artificial-intelligence-terms-marketers-need-know-01891972>

³⁷ <https://businessinsider.mx/what-is-a-qr-code/?r=US&IR=T>

³⁸ <https://blog.beaconstac.com/2020/07/qr-codes-for-election-campaigns/>

Community manager	Une personne chargée de créer et de gérer les communications en ligne d'une entreprise dans le but de développer une communauté en ligne. ³⁹	
Comportement authentique (et comportement non authentique)	Agir en accord avec ses valeurs, ses préférences et ses besoins, par opposition à une action visant à se conformer aux normes ou attentes sociales ou à obtenir faussement des récompenses externes.⁴⁰ Si l'authenticité est importante pour gagner la confiance et la sympathie, elle est également liée à l'augmentation du soutien ou à l'obtention d'un avantage concurrentiel.⁴¹ L'authenticité est devenue une monnaie d'échange pour l'image de marque des politiciens dans les médias sociaux. Cependant, les illusions d'authenticité sont désormais liées à des stratégies de communication politique qui ne sont pas véridiques ou dignes de confiance, ou à un paysage médiatique mis en scène ou manipulé par les nouvelles technologies.⁴² On parle de comportement inauthentique lorsque des personnes s'interprètent mal sur les médias sociaux en utilisant de faux comptes, en augmentant artificiellement la popularité d'un contenu ou en adoptant des	

³⁹ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

⁴⁰ <http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/control/authenticity/#::~text=Behaving%20authentically%20means%20acting%20in,rewards%20or%20to%20avoid%20punishments.>

⁴¹ <https://www.falcon.io/insights-hub/topics/social-media-strategy/why-authenticity-matters-in-todays-social-media-landscape/>

⁴² https://www.routledgehandbooks.com/doi/10.4324/9781315716299.ch8#sec8_2

	comportements susceptibles de violer les <i>Conditions d'utilisation</i> , dans certains cas. ⁴³ Lié au <i>Comportement coordonné</i> .	
Conditions d'utilisation (en anglais <i>Term of Service, ToS</i>)	L'ensemble des règles et règlements qu'un fournisseur attache à un service logiciel ou à un produit fourni par le Web. Elles sont courantes dans le monde numérique et doivent souvent être acceptées par les utilisateurs avant qu'ils n'utilisent le service. ⁴⁴ Parfois connu sous le nom de <i>Standards de la Communauté</i> .	
Content scrapers	Outils qui utilisent l'automatisation pour recueillir et stocker des informations à partir de versions accessibles au public de sites web ou de plateformes de médias sociaux, permettant aux analystes de filtrer, trier et étiqueter le contenu. Selon la plateforme, le contenu gratté peut différer des informations obtenues par le biais d'une API (<i>voir ci-dessous</i>). ⁴⁵	
Cookie	Informations stockées sur l'ordinateur d'un utilisateur par un site web afin que les préférences soient mémorisées lors de futures demandes. ⁴⁶	
Comportement coordonné	La publication simultanée d'un contenu similaire sur plusieurs comptes et pages de médias sociaux, afin d'en élargir la portée. Les publications coordonnées peuvent être effectuées par des personnes réelles ou par des comptes non authentiques. ⁴⁷ Les médias sociaux autorisent les cookies tiers (c'est-à-dire externes au réseau social et à l'utilisateur) et peuvent être liés à des problèmes de surveillance des	

⁴³ <https://transparency.fb.com/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>

⁴⁴ <https://www.techopedia.com/definition/9746/terms-of-service-tos>

⁴⁵ <https://www.techopedia.com/definition/27564/content-scraping>

⁴⁶ <https://www.marketingterms.com/dictionary/cookie/>

⁴⁷ <https://transparency.fb.com/policies/community-standards/inauthentic-behavior/>

	données ou de respect de la vie privée. ⁴⁸	
Contenu généré par les utilisateurs (CGU)	Il s'agit de blogs, de vidéos, de photos et autres, créés par les utilisateurs. La collecte de ce type de contenu par le gestionnaire de communauté peut être utile pour soutenir une campagne ou une initiative. ⁴⁹	
Culture numérique (connaissances en informatique, en médias ou en information)	Les compétences complémentaires et entrelacées, à la fois techniques et sociales, que les gens doivent employer lorsqu'ils utilisent la communication basée sur Internet - y compris l'hypertexte, les images, l'audio et la vidéo - pour consommer et créer des messages dans une variété de contextes académiques, civiques et culturels. Il s'agit de la littératie des pratiques numériques émergentes, où les apprenants compétents doivent être aussi performants dans la communication face à face et imprimée, que dans les nouveaux outils en ligne. Les concepts connexes sont l'alphabétisation informatique, l'alphabétisation en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC), l'alphabétisation en matière d'information, l'alphabétisation en matière de médias, les nouvelles alphabétisations et les multilittératies. ⁵⁰	
Création de liens	Le processus d'augmentation du nombre de liens entrants vers un site web de manière à augmenter le classement des moteurs de recherche. Lorsqu'ils utilisent les moteurs de recherche, les	

⁴⁸

https://www.emeraldgrouppublishing.com/archived/learning/management_thinking/articles/cookies.htm

⁴⁹ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

⁵⁰ https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo-9780199756841/obo-9780199756841-0239.xml?gclid=EAlaIqObChMI2InMgKPQ8gIVWz2tBh3TGgXPEAAyAAEgltU_D_BwE

	électeurs peuvent obtenir des résultats (sites web ou pages de médias sociaux) de moindre qualité, c'est-à-dire moins pertinents, mais qui n'apparaissent pas comme tels en raison du classement élevé obtenu.	
Cybercriminalité	Activité criminelle ou illégale qui se déroule sur Internet. Par exemple: <i>hameçonnage</i>, utilisation abusive d'informations personnelles (usurpation d'identité), <i>piratage</i>, <i>discours haineux</i> et incitation au terrorisme, distribution de matériel pédopornographique et grooming (avances sexuelles à des mineurs). Cela s'applique à tous les appareils numériques, y compris les ordinateurs, les tablettes et les smartphones qui sont connectés à l'Internet.⁵¹	
Cybersécurité	Il s'agit de l'application de technologies, de processus et de contrôles pour protéger les systèmes, les réseaux, les programmes, les dispositifs et les données contre les <i>cyberattaques</i>. Elle vise à réduire le risque de cyberattaques et à protéger contre l'exploitation non autorisée des systèmes, réseaux et technologies. Elle est souvent confondue avec la <i>sécurité de l'information</i>.⁵² Il peut également s'agir de la prévention des dommages, de la protection et de la restauration des ordinateurs, des systèmes de communications électroniques, des services de communications électroniques, des communications par fil et des communications électroniques, y compris les informations qu'ils contiennent, afin de garantir leur	

⁵¹ <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cybercrime> et <https://www.government.nl/topics/cybercrime/forms-of-cybercrime>

⁵² <https://www.itgovernance.co.uk/what-is-cybersecurity>

	disponibilité, leur intégrité, leur authentification, leur confidentialité et leur non-répudiation. ⁵³	
Cyberespace	Le réseau interdépendant des infrastructures des technologies de l'information, qui comprend l'internet, les réseaux de télécommunications, les systèmes informatiques et les processeurs et contrôleurs intégrés dans les industries critiques,⁵⁴ est considéré comme une zone imaginaire sans limites où l'on peut rencontrer des gens et découvrir des informations sur n'importe quel sujet.⁵⁵ Le cyberespace permet aux utilisateurs de partager des informations, d'interagir, d'échanger des idées, de participer à des discussions ou à des forums sociaux, entre autres. Largement utilisé pour décrire toute installation ou caractéristique liée à l'internet et aux interfaces virtuelles qui créent des réalités numériques.⁵⁶	

D

Concept	Définition générale	Exemple national
Datamining (analyse et fouille de données)	Le <i>datamining</i> permet d'analyser un grand volume de données et d'en faire ressortir des modèles, des corrélations, des tendances.⁵⁷ L'objectif est d'extraire des modèles et des connaissances à partir de grandes quantités de données et de transformer l'information en une structure	

⁵³ <https://irp.fas.org/offdocs/nspd/nspd-54.pdf>

⁵⁴ <https://irp.fas.org/offdocs/nspd/nspd-54.pdf>

⁵⁵ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/cyberspace>

⁵⁶ <https://www.techopedia.com/definition/2493/cyberspace>

⁵⁷ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

	compréhensible pour une utilisation ultérieure, et non l'extraction des données elles-mêmes. ⁵⁸	
Deepfake (hypertrucage)	Images et vidéos modifiées numériquement qui tendent à utiliser l'intelligence artificielle pour combiner du matériel source réel avec du contenu fabriqué afin de créer des représentations hyperréalistes d'individus disant ou faisant des choses qui n'ont pas eu lieu. ⁵⁹	
Deep learning	Type d' <i>intelligence artificielle</i> qui utilise des <i>algorithmes</i> basés sur le mode de fonctionnement du cerveau humain pour trouver des liens et classer des ensembles de données. ⁶⁰ Voir <i>Apprentissage automatique et Neurones</i> . ⁶¹	
Désinformation	Informations fausses ou trompeuses créées ou diffusées dans l'intention de nuire ou de profiter à l'auteur. L'intention de nuire peut être dirigée vers des individus, des groupes, des institutions ou des processus. ⁶²	
Désinformation basée sur le genre	L'utilisation de fausses informations pour semer la confusion ou induire en erreur en manipulant le genre en tant que clivage social pour attaquer les femmes et/ou pour influencer les résultats politiques. ⁶³	

⁵⁸ <http://myweb.sabanciuniv.edu/rdehkharghani/files/2016/02/The-Morgan-Kaufmann-Series-in-Data-Management-Systems-Jiawei-Han-Micheline-Kamber-Jian-Pei-Data-Mining.-Concepts-and-Techniques-3rd-Edition-Morgan-Kaufmann-2011.pdf>

⁵⁹

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

⁶⁰ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/deep-learning>

⁶¹ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

⁶² IFES: Campagnes de désinformation et discours de haine : Exploration de la relation et programmation des interventions, Fondation Internationale pour les Systèmes Électoraux, 2019.

⁶³

<https://www.ndi.org/sites/default/files/Addressing%20Gender%20%26%20Disinformation%20%20%281%29.pdf>

Désintermédiation	L'élimination des intermédiaires dans la chaîne d'approvisionnement, également appelée "suppression des intermédiaires" ⁶⁴ dans la communication politique en ligne. Cela signifie que les acteurs journalistiques sont exclus de leur rôle traditionnel de communicateurs entre les publics et la politique, et des réseaux d'acteurs politiques. ⁶⁵	
Discours de haine	Le discours de haine recouvre de nombreuses formes d'expression qui prônent, encouragent, promeuvent ou justifient la haine, la violence ou la discrimination envers une personne ou un groupe de personnes pour diverses raisons. ⁶⁶ Elle englobe également les discours polarisants qui encouragent l'intolérance, la haine et l'incitation à la violence par une référence explicite ou indirecte à la race, à l'origine nationale ou ethnique, à la religion, au sexe, à l'orientation sexuelle, à l'âge ou au handicap ou à d'autres groupements immuables, ⁶⁷ généralement dans le but de générer une différence tangible dans une institution, une organisation ou une société.	
Données à caractère personnel	Informations relatives à une personne physique identifiée ou identifiable, directement ou indirectement, par référence à un	

⁶⁴ <https://www.marketingterms.com/dictionary/disintermediation/>

⁶⁵ <https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/1825/1825>

⁶⁶ <https://www.coe.int/fr/web/european-commission-against-racism-and-intolerance/hate-speech-and-violence>

⁶⁷

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

	ou plusieurs éléments qui lui sont propres. ⁶⁸	
Droit à l'information	Le droit de demander des informations (RTI), ou droit à une information exacte, permet aux citoyens d'être informés et de demander des comptes à leurs autorités. Il repose sur l'idée que l'information leur appartient de droit. Il conduit à un gouvernement plus ouvert et plus participatif, ⁶⁹ il est essentiel lorsqu'on considère la <i>dés/mésinformation</i> et il est légèrement différent de la <i>Liberté d'information</i> .	
Droit à la vie privée	Droit de quelqu'un de garder secret ses affaires personnelles et ses relations. ⁷⁰	
Droit de prendre part à la direction des affaires publique	La volonté du peuple est le fondement de l'autorité des pouvoirs publics; cette volonté s'exprime par des élections honnêtes qui doivent avoir lieu périodiquement. En conséquence, toute personne a le droit de prendre part à la direction des affaires publiques de son pays, soit directement, soit par l'intermédiaire de représentants librement choisis, et a droit à un égal accès aux fonctions publiques de son pays. ⁷¹	
Droit de voter et d'être élu	De voter et d'être élu, au cours d'élections périodiques, honnêtes, au suffrage universel et égal et au scrutin secret, assurant l'expression libre de la volonté des électeurs, et d'accéder, dans des	

⁶⁸ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHA du Conseil de l'Europe

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

⁶⁹ <https://www.opengovpartnership.org/fr/policy-area/right-to-information/>

⁷⁰ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/privacy>

⁷¹ Article 21 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme

	conditions générales d'égalité, aux fonctions publiques de son pays. ⁷²	
--	--	--

E

Concept	Définition générale	Exemple national
Écoute sociale (et outils d'écoute sociale)	Processus consistant à utiliser les canaux des médias sociaux pour suivre, rassembler et exploiter les informations et les données de certains individus ou groupes, généralement des entreprises ou des organisations, afin d'évaluer leur réputation et de discerner comment ils sont perçus en ligne. ⁷³ Également connu sous le nom de surveillance des médias sociaux ou de mesure des médias sociaux. Les outils d'écoute sociale permettent la surveillance automatisée des conversations en ligne autour d'un produit, d'un service ou d'un problème. ⁷⁴	
Effets multiplicateurs (effets de réseau ou rarement effet-club)	Un effet de réseau se produit lorsqu'une personne qui a vu un contenu sur les médias sociaux transmet le même message ou la même référence à ses amis ou à ceux qui la suivent. Le réseau au second degré peut représenter des liens sociaux faibles, mais il s'est avéré utile pour rendre le contenu "viral", ⁷⁵	

⁷² Article 25 du Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques.

⁷³ <https://www.techopedia.com/definition/29592/social-media-monitoring>

⁷⁴ <https://www.clarabridge.com/customer-experience-dictionary/social-listening#:~:text=Social%20Listening%20is%20the%20process,as%20its%20products%20and%20services.&text=Social%20listening%20allows%20you%20to,they%20need%20from%20your%20business.>

⁷⁵

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI\(2014\)140709_RE_V1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_RE_V1_EN.pdf)

Égalité des chances (compétition électorale)	Une compétition équitable qui garantit que chaque parti et chaque candidat est traité de manière équitable et se voit offrir précisément les mêmes opportunités et ressources financières, indépendamment de leur dimension et de leur popularité, ce qui lui assure une chance égale de faire valoir ses arguments auprès des électeurs.⁷⁶ Avec la numérisation de la politique, ce terme peut être utilisé en relation avec le discours politique en ligne, l'utilisation des médias sociaux par les candidats les plus riches, entre autres.	
Élections libres et équitables	Le droit de prendre part au gouvernement de son pays, directement ou par l'intermédiaire de représentants librement choisis,⁷⁷ et en vertu du droit à l'autodétermination, tous les peuples ont le droit de déterminer librement leur statut politique.⁷⁸ Les élections libres et équitables sont généralement liées à leur tenue à intervalles réguliers sur la base du suffrage universel, égal et secret.⁷⁹ Communément appelées "élections crédibles, légitimes ou participatives".⁸⁰	

⁷⁶ <https://aceproject.org/main/francais/pc/pc21.htm>

⁷⁷ Article 21 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme

⁷⁸ Article 1 commun aux Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques et aux Droits Economiques, Sociaux et Culturels.

⁷⁹ <https://www.ipu.org/fr/notre-impact/des-parlements-plus-forts/notre-action-normative/declaration-sur-les-criteres-pour-des-elections-libres-et-regulieres>

⁸⁰ <https://aceproject.org/electoral-advice/archive/questions/replies/54818966>

E-sécurité	Se réfère à la sécurité en ligne, et comme les appareils accessibles par Internet sont donnés à des personnes plus jeunes, il est important qu'elles soient protégées contre les contenus et services nuisibles (tels que la cyberintimidation, l'agression, le harcèlement et la pornographie). ⁸¹ Également connue sous le nom de <i>sécurité numérique, en ligne ou cybernétique</i> . ⁸²	
------------	--	--

F

Concept	Définition générale	Exemple national
Fact-check ou checking	Vérifier que tous les faits contenus dans un écrit, un article de presse, un discours, etc. sont corrects. ⁸³ Le <i>fact-checking</i> est le processus de ce qui précède.	
Fake news	Fausse histoire qui ressemble à des nouvelles, diffusées sur Internet ou par d'autres médias, généralement créées pour influencer les opinions politiques. ⁸⁴ Il existe un mouvement visant à utiliser le terme de <i>Mésinformation</i> ou <i>Malinformation</i> au lieu de fake news (voir ci-dessous).	
Fermes de contenus ou de clics	Entreprises commerciales qui emploient des individus pour générer des profils frauduleux, des posts et des likes afin de promouvoir des récits spécifiques en ligne. Les efforts coordonnés visant à diriger l'attention des trolls de l'Internet vers des cibles ou	

⁸¹ <https://www.itpro.co.uk/strategy/28709/what-is-e-safety>

⁸² <https://www.willowdene.greenwich.sch.uk/node/438>

⁸³ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/fact-check>

⁸⁴ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/fake-news>

	dans la promotion de certains messages peuvent utiliser le même modèle que les fermes de contenu et sont appelés fermes à trolls. ⁸⁵	
Follower (suiveurs, disciples)	Dans un contexte de médias sociaux, un "follower" désigne une personne qui s'abonne au compte d'une autre personne pour recevoir ses mises à jour. ⁸⁶	
Forum	Un site de discussion en ligne. Il s'agit à l'origine de l'équivalent moderne d'un tableau d'affichage traditionnel et d'une évolution technologique du système de tableau d'affichage par ligne commutée. ⁸⁷	
Fournisseur d'Accès à Internet (FAI) (fournisseur de service Internet ou FSI)	Il s'agit d'une entreprise qui fournit des connexions et des services Internet aux particuliers et aux organisations. En plus de fournir un accès à l'Internet, les FAI peuvent également fournir des logiciels (tels que des navigateurs), des comptes de courrier électronique et un site Web personnel ou une page d'accueil. ⁸⁸	
Fracture ou fossé numérique	Les disparités qui existent entre les groupes sociaux en termes d'accès aux technologies numériques. ⁸⁹	

⁸⁵

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

⁸⁶ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

⁸⁷ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

⁸⁸ <https://www.britannica.com/technology/Internet-service-provider>

⁸⁹ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

	Celle-ci peut être générationnelle, socio-économique, géographique, et due au sexe, etc.	
--	--	--

G

Concept	Définition générale	Exemple national
Gerrymandering numérique	Un biais algorithmique qui est employé dans les résultats des moteurs de recherche et des plateformes de médias sociaux ⁹⁰ pendant les élections ou les campagnes électorales, qui est utilisé par un intermédiaire pour présenter sélectivement des informations pour favoriser son agenda, au lieu des utilisateurs, qui dans ce cas sont les électeurs. ⁹¹	

H

Concept	Définition générale	Exemple national
Hacking	L'activité consistant à utiliser un ordinateur pour accéder à des informations stockées sur un autre système informatique sans autorisation, ou pour propager un virus informatique. ⁹² Cette pratique est généralement illégale en raison de la violation de la vie privée et constitue un cybercrime. ⁹³	
Hameçonnage (<i>phishing</i>)	Une attaque ciblée par des pirates, à l'aide de faux courriels ou d'autres communications ciblées, visant à amener la victime	

⁹⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX%3A52021PC0206>

⁹¹ http://cdn.harvardlawreview.org/wp-content/uploads/2014/06/vol127_Symposium_Zittrain.pdf

⁹² <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/hacking>

⁹³ <https://www.britannica.com/technology/hacking-computing>

	à fournir des informations de connexion ou des informations personnelles aux pirates. ⁹⁴	
Handle (poignée)	Terme utilisé pour décrire le nom d'utilisateur d'une personne sur Twitter. ⁹⁵	
Hashtag	Un moyen d'étiqueter le contenu et de le rendre consultable dans les médias sociaux. Le hashtag (#) dans les plateformes de médias sociaux transforme le mot adjacent en un lien consultable. Cela permet aux autres de trouver facilement votre contenu en fonction du mot clé qui suit le hashtag. ⁹⁶	

I

Concept	Définition générale	Exemple national
Influenceur	Quelqu'un qui affecte ou change la façon dont les autres se comportent. Récemment, des entreprises ont payé des influenceurs en ligne pour qu'ils montrent et décrivent leurs produits et services sur les médias sociaux, encourageant ainsi d'autres personnes à les acheter.⁹⁷ Bien que principalement appliqué dans le domaine commercial, ce concept ou cette personnalité a récemment fait son entrée dans la sphère politique et électorale.⁹⁸	

⁹⁴ <https://pages.nist.gov/ElectionGlossary/>

⁹⁵ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

⁹⁶ <https://www.bigcommerce.com/ecommerce-answers/what-is-a-hashtag/>

⁹⁷ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/influencer>

⁹⁸ Bien qu'elle ne fasse pas partie de la définition, cette précision est nécessaire afin de relier le concept au sujet de ce glossaire. Exemples: <https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2020/02/12/will-political-social->

Intelligence artificielle	Un mot « fourre-tout » pour diverses applications informatiques ⁹⁹ , désigne un ensemble de sciences, théories et techniques dont le but est de reproduire par une machine des capacités cognitives d'un être humain. Les développements actuels visent, par exemple, à pouvoir confier à une machine des tâches complexes auparavant déléguées à un humain. ¹⁰⁰	
Intelligence collective	Intelligence partagée qui émerge de la collaboration et de la compétition de nombreux individus et apparaît dans la prise de décision par consensus dans les réseaux sociaux. ¹⁰¹	
Interface de Programmation Applicative (API)	Une API, ou interface de programmation applicative, est un moyen par lequel les données d'un outil ou d'une application web peuvent être échangées ou reçues par un autre. De nombreux travaux visant à examiner la source et la diffusion d'informations polluées dépendent de l'accès aux API des plateformes sociales, mais toutes ne sont pas égales et l'étendue des données accessibles au public varie d'une plateforme à l'autre. Les API restrictives de certaines plateformes sociales et l'absence de normalisation des	

media-influencers-impact-this-years-election/?sh=bef09016fc06 et <https://restofworld.org/2021/the-influencer-politicians-are-coming/>.

⁹⁹ Un mot « fourre-tout » pour diverses applications informatiques <https://rm.coe.int/cahai-2020-23-final-etude-de-faisabilite-fr-2787-2531-2514-v-1/1680a1160f>

¹⁰⁰ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe <https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹⁰¹ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

	API entravent la réalisation de recherches complètes et reproductibles sur l'utilisation et l'impact des médias sociaux. ¹⁰²	
Ingérences (étrangères, nationales et externes)	L'ingérence électorale est l'un des moyens par lesquels des acteurs <i>extérieurs</i> aux institutions politiques d'un pays cherchent à saper la démocratie d'une nation, en injectant des informations erronées et de la désinformation dans le discours public sur les médias sociaux. Cette ingérence peut être à la fois <i>nationale</i>, dans le sens où il s'agit d'acteurs nationaux qui ne sont pas formellement liés au processus ou à la campagne électorale, et étrangère.¹⁰³ Les campagnes d'ingérence étrangères ciblent des groupes spécifiques et diffusent des informations erronées sur les plateformes de médias sociaux, dans le but ultime d'accroître la méfiance à l'égard des institutions politiques d'un pays cible.¹⁰⁴ Ce type de manipulation politique implique généralement la publicité politique, les dépenses et le contournement des règles nationales de financement des campagnes.¹⁰⁵	
Internet	Une architecture de système qui a révolutionné les communications	

¹⁰² "Information Disorder: The Essential Glossary," The Shorenstein Center on Media, Politics, and Public Policy, https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x32863

¹⁰³ <https://fsi.stanford.edu/publication/election-2020-foreign-interference-and-domestic-manipulations-aimed-voters-and-electoral>

¹⁰⁴ https://www.lawsociety.com.au/sites/default/files/2021-04/20200313_Submission_to_the_Select_Committee_on_Foreign_Interference_th.pdf

¹⁰⁵ <https://www.brennancenter.org/our-work/analysis-opinion/social-media-now-prime-conduit-foreign-interference>

	et les méthodes de commerce en permettant l'interconnexion de divers réseaux informatiques dans le monde. Elle permet l'accès à l'information numérique par de nombreuses applications, dont le <i>World Wide Web</i>.¹⁰⁶ L'internet est le support des médias sociaux. Tous les sites ou plateformes Internet ne répondent pas à la définition des médias sociaux, car certains sites ne prévoient pas d'interactivité avec le public.¹⁰⁷	
Intermédiaires Internet	Le terme « intermédiaires internet » désigne habituellement un large éventail, varié et évoluant rapidement, de prestataires de services qui facilitent les interactions sur internet entre les personnes physiques et les personnes morales. Certains d'entre eux assurent la connexion des utilisateurs à internet, permettent le traitement des données et hébergent des services sur internet, y compris pour les commentaires créés par les utilisateurs. D'autres recueillent des informations, aident à effectuer des recherches, facilitent la vente de biens et de services ou permettent d'autres transactions. Ils animent et classent les contenus, principalement grâce à leur traitement algorithmique, et il arrive qu'ils exercent des	

¹⁰⁶ <https://www.britannica.com/technology/Internet>

¹⁰⁷ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/guidelines-for-the-development-of-a-social-media-code-of-conduct-for-elections.pdf>

	activités proches de celles des éditeurs. ¹⁰⁸	
Internet des objets (IdO)	C'est le fait de connecter tout appareil doté d'un interrupteur à l'internet (et/ou entre eux). Cela inclut tout, des téléphones portables aux écouteurs, en passant par les dispositifs à porter sur soi, et même les machines à laver, etc. Cela s'applique également aux composants des machines. L'IdO est un réseau géant de "choses" connectées (qui inclut également les personnes). La relation s'établit entre les personnes et les personnes, les personnes et les choses, et les choses et les choses.¹⁰⁹ L'IdO peut être utilisé ou mal utilisé pour modifier le discours politique en ligne, en accédant et en stockant des quantités considérables de données personnelles ou d'utilisateurs de dispositifs, et affecter l'engagement civique en ligne ou en politique.¹¹⁰ Les <i>botnets</i> IdO sont un réseau d'appareils connectés à l'IdO qui sont infectés par des logiciels malveillants ou sont contrôlés par des acteurs malveillants. Ce phénomène peut également être lié au <i>Déni de Service Distribué</i> (DDos). Voir ci-dessus.¹¹¹	

¹⁰⁸ <https://www.coe.int/fr/web/freedom-expression/internet-intermediaries>

¹⁰⁹ <https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/05/13/simple-explanation-internet-things-that-anyone-can-understand/#5752fdd51d09>

¹¹⁰ <https://www.oii.ox.ac.uk/videos/civic-engagement-bots-and-the-internet-of-things-iot/>

¹¹¹ <https://www.trendmicro.com/vinfo/us/security/definition/iot-botnet#:~:text=An%20IoT%20botnet%20is%20a,the%20control%20of%20malicious%20actors.&text=Much%20of%20a%20botnet's%20power,devices%20that%20make%20it%20up.>

Internet ouvert	L'Internet ouvert (IO) est un réseau fondamental ou lié à la neutralité du réseau dans lequel l'information à travers le World Wide Web (www) est également libre et disponible sans variables qui dépendent des motifs financiers des Fournisseurs d'Accès à Internet (FAI). ¹¹²	
Internet trolls	Utilisateurs humains de plateformes Internet qui harcèlent, provoquent ou intimident intentionnellement d'autres personnes, souvent pour détourner l'attention et semer la discorde. Les trolls peuvent agir en tant qu'individus et, à ce titre, ils partagent de nombreuses caractéristiques avec les auteurs individuels de <i>discours de haine</i> . Cependant, les trolls peuvent également adopter un <i>comportement non authentique</i> coordonné. ¹¹³	

J

Concept	Définition générale	Exemple national
Junk news (Maljournalisme ou « journalisme poubelle »)	La publication de propagande et d'informations politiques idéologiquement extrêmes, hyperpartisanes ou conspiratrices, sous couvert de fournir des informations crédibles. Ce terme inclut les publications d'actualités qui présentent des contenus ou des commentaires manifestement	

¹¹² <https://www.techopedia.com/definition/30106/open-internet-oi>

¹¹³

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

	faux comme des informations factuelles.¹¹⁴ Le contenu est peu crédible, souvent à caractère commercial, basé sur le sensationnalisme, hyperpartisan et/ou conspirationniste, et peut aller au-delà de la politique. On le qualifie parfois de <i>clickbait</i> (piège à clics).	
--	--	--

K

L

Concept	Définition générale	Exemple national
Liberté d'association	Toute personne a droit à la liberté d'association avec d'autres, y compris le droit de fonder des syndicats et de s'affilier à des syndicats pour la protection de ses intérêts, ce droit étant étendu à la participation à des organisations politiques. ¹¹⁵ Ce droit doit être exercé de manière pacifique. ¹¹⁶	
Liberté d'expression et d'opinion	Ce droit comprend la liberté d'opinion sans ingérence et la liberté de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit. ¹¹⁷	
Liberté d'information (accès à l'information)	Toute personne a le droit de chercher, de recevoir et de communiquer des informations. Ce droit fait partie intégrante du	

¹¹⁴

https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

¹¹⁵ <https://www.ohchr.org/Documents/Publications/training2en.pdf>

¹¹⁶ Article 20 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme

¹¹⁷ Article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme

	droit à la liberté d'expression et permet aux citoyens de demander des comptes à leur gouvernement. ¹¹⁸	
Liberté de réunion	Le droit de tenir pacifiquement des réunions, des sit-in, des grèves, des rassemblements, des événements ou des protestations, aussi bien hors ligne qu'en ligne.. ¹¹⁹ Les réunions pacifiques jouent un rôle essentiel en permettant aux participants d'avancer des idées dans le domaine public et d'établir l'étendue du soutien ou de l'opposition à ces idées ou objectifs. ¹²⁰ Intrinsèquement lié à d'autres droits et garanties, tels que la <i>Liberté d'association</i> , la <i>Liberté d'expression et d'opinion</i> et le <i>Droit de prendre part à la direction des affaires publiques</i> .	

M

Concept	Définition générale	Exemple national
Machine learning (apprentissage automatisé)	Voir <i>Apprentissage Automatique</i> .	
Malinformation	Des informations exactes qui sont partagées dans l'intention de nuire ou de profiter à l'auteur, souvent en déplaçant des informations privées dans la sphère publique. ¹²¹	

¹¹⁸ <https://www.un.org/fr/observances/information-access-day>

¹¹⁹ <https://www.ohchr.org/FR/Issues/AssemblyAssociation/Pages/Freedom-Peaceful-Assembly-Index.aspx>

¹²⁰ <https://undocs.org/fr/CCPR/C/GC/37>

¹²¹ IFES: Campagnes de désinformation et discours de haine : Exploration de la relation et programmation des interventions, Fondation Internationale pour les Systèmes Électoraux, 2019. Et https://www.ndi.org/sites/default/files/Disinformation%20and%20Electoral%20Integrity_NDI_External_Updated%20May%202019%20%281%29.pdf

Médias sociaux	Les médias sociaux sont des plateformes web ou mobiles qui permettent des interactions bidirectionnelles grâce au contenu généré par les utilisateurs (UGC) et à la communication. Les médias sociaux ne sont donc pas des médias qui proviennent d'une seule source ou qui sont diffusés à partir d'un site web statique.¹²² Ils se caractérisent par l'expansion rapide des communautés virtuelles et l'accès du public aux technologies et aux outils qui facilitent l'activité en ligne. Ces médias numériques comprennent les blogs, les réseaux professionnels et les plateformes largement connues telles que Facebook, TikTok, Twitter et Vkontakte.¹²³	
Mème Internet	La définition officielle du terme mème, inventée par le biologiste Richard Dawkins en 1976, est une idée ou un comportement qui se propage d'une personne à l'autre dans une culture en se propageant rapidement et en changeant au fil du temps. Le terme est maintenant utilisé le plus fréquemment pour décrire des photos légendées ou des GIF qui se répandent en ligne, et les plus efficaces sont humoristiques ou critiques de la société. Ils sont de plus en plus utilisés comme de puissants vecteurs de désinformation.¹²⁴	
Mésinformation	Informations fausses ou trompeuses qui sont partagées	

¹²² <https://www.idea.int/publications/catalogue/guidelines-development-social-media-code-conduct-elections>

¹²³ <https://www.iidh.ed.cr/capel/diccionario/index.html>

¹²⁴ https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x32863

	sans l'intention de nuire ¹²⁵ ou sans se rendre compte qu'elles sont incorrectes. Dans certains cas, les acteurs peuvent perpétuer sans le savoir la diffusion de la désinformation en partageant des contenus qu'ils croient exacts parmi leurs réseaux. ¹²⁶	
Métadonnées	Données qui permettent de définir, de contextualiser ou de caractériser d'autres données. ¹²⁷ Il s'agit de données qui décrivent le contenu de l'autre élément et qui sont généralement utilisées dans le contexte des pages Web, où elles décrivent le contenu de la page pour un moteur de recherche. ¹²⁸ Dans les médias sociaux, il est lié au <i>scraping</i> (voir <i>Content scrapers</i>), ce qui signifie qu'une plateforme numérique utilise une partie du contenu de la page Web liée dans l'aperçu de la page partagée sur la plateforme. ¹²⁹	
Mot-clé	Un mot utilisé pour effectuer une recherche dans les moteurs de recherche ou les médias sociaux. ¹³⁰ Le suivi des mots-clés utilisés dans les recherches permet aux acteurs d'optimiser leurs efforts: surveiller les sujets	

¹²⁵

https://www.ndi.org/sites/default/files/Disinformation%20and%20Electoral%20Integrity_NDI_External_Updated%20May%202019%20%281%29.pdf

¹²⁶ IFES: Campagnes de désinformation et discours de haine : Exploration de la relation et programmation des interventions, Fondation Internationale pour les Systèmes Électoraux, 2019. Et https://www.ifes.org/sites/default/files/ifes_working_paper_social_media_disinformation_and_electoral_integrity_august_2019.pdf

¹²⁷ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe <https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹²⁸ <https://www.techopedia.com/definition/1938/metadata>

¹²⁹ <https://www.wearehydrogen.com/post/the-importance-of-meta-data-to-social-media>

¹³⁰ <https://www.marketingterms.com/dictionary/keyword/>

	tendances sur les médias sociaux, déterminer la fréquence des requêtes de recherche, identifier les marchés et découvrir les points d'engagement pertinents. ¹³¹ Voir <i>Requête</i> .	
Moteur de recherche	Un service qui permet aux internautes de rechercher du contenu en ligne. Un utilisateur saisit des mots clés ou des phrases clés dans un moteur de recherche et reçoit une liste de résultats de contenu Web sous la forme de sites Web, d'images, de vidéos ou d'autres données en ligne qui correspondent sémantiquement à la requête de recherche. ¹³² Il existe des moteurs de recherche qui peuvent également être utilisés pour mesurer les mentions sociales publiques dans les réseaux sociaux, évaluant ainsi la performance de certains contenus ou le comportement de l'activité des utilisateurs. ¹³³	

N

Concept	Définition générale	Exemple national
Netiquette	Abréviation de "network etiquette", code de conduite concernant un comportement en ligne acceptable. ¹³⁴	
Neuromarketing	Étude de la façon dont le cerveau des gens réagit à la publicité. ¹³⁵	

¹³¹ <https://www.wordstream.com/articles/keyword-research-for-social-media-guide>

¹³² <https://www.techopedia.com/definition/12708/search-engine-world-wide-web#:~:text=A%20search%20engine%20is%20a,match%20with%20the%20search%20query.>

¹³³ <https://www.makeuseof.com/tag/6-powerful-search-engines-social-networks/>

¹³⁴ <https://www.marketingterms.com/dictionary/netiquette/>

¹³⁵ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/neuromarketing>

	Les personnes qui construisent la propagande peuvent obtenir le résultat souhaité grâce au neuromarketing et à la programmation d'algorithmes.	
Neutralité du Net	Un concept qui souligne que les fournisseurs de services Internet doivent traiter toutes les données de manière égale. Aucune donnée ne peut être classée par ordre de priorité par les fournisseurs de services.	

O

Concept	Définition générale	Exemple national
Open data	Le terme désigne la mise à disposition publique, par téléchargement, de bases de données structurées. Ces données sont réemployables de manière non-onéreuse dans les conditions d'une licence spécifique, pouvant notamment préciser ou prohiber certaines finalités de réemploi. ¹³⁶	
Opérations d'information	Stratégies exécutées par des experts en communication stratégique qui diffusent de la désinformation et de la propagande afin de biaiser les discours en ligne. ¹³⁷ Elles peuvent impliquer une combinaison sélective de moyens létaux et non létaux pour atteindre les objectifs de la campagne, en ligne et hors ligne. ¹³⁸	

¹³⁶ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹³⁷ Expert d'International IDEA, Troisième Assemblée Plénière du Réseau Mondial de Justice Électorale.

¹³⁸ <https://www.foi.se/rest-api/report/FOI-R--3658--SE>

Concept	Définition générale	Exemple national
Personnalisation des campagnes	La personnalisation des campagnes électorales modernes s'est étendue au domaine numérique, avec l'aide des médias sociaux, où les posts informent les utilisateurs de ce que fait actuellement un politicien, dans le but d'atteindre un niveau plus élevé d'attrait émotionnel. ¹³⁹	
Phishing	Voir <i>Hameçonnage</i>	
Placement des annonces (organiques et payantes)	Emplacements publicitaires sur des sites web ou des plateformes de médias sociaux où une publicité peut apparaître, qui peuvent être choisis en ajoutant un <i>ciblage par emplacements</i> . ¹⁴⁰ Ces emplacements peuvent être gratuits ou payants, selon la manière ou le moment où la publicité sera affichée. ¹⁴¹ Les moteurs de recherche peuvent proposer un placement ciblé des annonces ou des résultats de recherche, ainsi que des <i>emplacements automatiques</i> qu'ils jugent pertinents en fonction des mots clés de l'annonce. ¹⁴²	
Post (posts et dark posts)	Les posts sont des publications sur les plateformes de médias sociaux créées par un utilisateur. ¹⁴³ Ils sont généralement gratuits, mais peuvent aussi être payants. Un <i>dark post</i> est un post publicitaire ciblé sur les médias	

¹³⁹ [https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI\(2014\)140709_REV1_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/bibliotheque/briefing/2014/140709/LDM_BRI(2014)140709_REV1_EN.pdf)

¹⁴⁰ <https://support.google.com/google-ads/answer/2470108?hl=fr>

¹⁴¹ https://ads.google.com/intl/en_id/home/resources/what-is-paid-search/

¹⁴² <https://support.google.com/google-ads/answer/53215?hl=fr>

¹⁴³ <https://www.gymglish.com/en/gymglish/english-translation/post-social-media>

	sociaux qui est orienté différemment d'un post sponsorisé ou promu ordinaire, et qui n'apparaît que lorsqu'un acteur choisit de cibler des personnes sélectionnées. Sur Facebook, les dark posts sont appelés "posts non publiés" et sur Twitter, ils sont appelés "tweets promus uniquement".¹⁴⁴ Voir <i>placement</i> pour plus de références.	
Preuve sociale	Phénomène psychologique dans lequel les gens cherchent des indications auprès de leur entourage pour déterminer comment ils sont censés agir ou penser dans une situation donnée. Dans les médias sociaux, la preuve sociale peut être identifiée par le nombre d'interactions que reçoit un contenu ou le nombre d'adeptes d'une personne.¹⁴⁵	
Profil (d'un utilisateur)	Une courte description de quelqu'un ou de quelque chose qui donne des informations importantes et des détails utiles sur cette personne.¹⁴⁶ Généralement lié au compte d'un utilisateur dans un média social ou un site web.	
Profilage	Selon l'article 4(4) du RGPD, il s'agit d'un traitement de données à caractère personnel réalisé afin d'évaluer certains aspects de la vie d'une personne physique (situation économique, santé, préférences personnelles, etc.).¹⁴⁷	

¹⁴⁴ <https://www.techopedia.com/definition/33031/dark-post-social-media>

¹⁴⁵¹⁴⁵ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

¹⁴⁶ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/profile>

¹⁴⁷ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAJ du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

	Les particuliers ou les organisations utilisent le profilage pour créer des campagnes publicitaires <i>ciblées</i> ou <i>micro ciblées</i> sur les médias sociaux. ¹⁴⁸	
Propagande informatique	Signifie l'utilisation d'outils automatisés pour influencer le comportement. Il s'agit de l'utilisation d'algorithmes, de l'automatisation et de la curation humaine pour distribuer délibérément des informations trompeuses sur les médias sociaux. Il s'agit d'apprendre de personnes réelles et de les imiter afin de manipuler l'opinion publique sur un large éventail de plateformes et de réseaux de dispositifs. ¹⁴⁹	
Protection et sécurité des données	La protection des données consiste généralement à protéger les données contre la perte, les dommages ou l'exploitation ¹⁵⁰ , tandis que la sécurité des données consiste à protéger les données contre une utilisation non autorisée. ¹⁵¹	
Pseudonymisation	il s'agit d'un traitement de données à caractère personnel de telle façon que celles-ci ne puissent plus être attribuées à une personne concernée précise sans avoir recours à des informations supplémentaires, pour autant que ces informations supplémentaires soient conservées séparément et	

¹⁴⁸ <https://uplandsoftware.com/bluevenn/resources/blog/a-step-to-step-guide-to-audience-profiling/>

¹⁴⁹ IFES: Campagnes de désinformation et discours de haine : Exploration de la relation et programmation des interventions, Fondation Internationale pour les Systèmes Électoraux, 2019.

¹⁵⁰ <https://www.polyas.com/election-glossary/data-protection>

¹⁵¹ <https://www.polyas.com/election-glossary/data-security>

	soumises à des mesures techniques et organisationnelles afin de garantir que les données à caractère personnel ne sont pas attribuées à une personne physique identifiée ou identifiable.¹⁵² Il s'agit d'une méthode qui permet de remplacer l'ensemble des données d'origine, par exemple un e-mail ou un nom, par un alias. Elle peut également réduire le risque d'exposer des données sensibles à des personnes non autorisées. Le RGPD considère les données pseudonymisées comme des <i>données à caractère personnel</i>, mais les données anonymes ne le sont pas.¹⁵³	
Publicités ou annonces politiques (en ligne)	Voir <i>Publicité ou propagande électorale</i> ou <i>Publicités, annonces électorales payées ou pubs</i> .	
Publicités, annonces électorales payées ou pubs	Dans les médias traditionnels, la publicité est permise, mais assujettie à certaines limites imposées par les plafonds de dépenses de campagnes, et parfois à des restrictions sur le contenu.¹⁵⁴ Avec la numérisation des campagnes électorales, la publicité politique et les annonces politiques payantes sur les médias sociaux sont apparues et ont renforcé l'efficacité des campagnes.¹⁵⁵	

¹⁵² Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe

<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹⁵³ <https://dataprivacymanager.net/pseudonymization-according-to-the-gdpr/>

¹⁵⁴ <https://aceproject.org/ace-fr/topics/me/mea/mec04/mec04b/default>

¹⁵⁵ https://www.americanbar.org/groups/crsi/publications/human_rights_magazine_home/voting-in-2020/political-advertising-on-social-media-platforms/

	Les conditions requises pour placer des annonces politiques et le niveau de transparence des annonces elles-mêmes varient en fonction de la plateforme sociale.	
Publicité électorale	Désigne l'acte de faire campagne pour influencer le résultat d'une élection en faveur d'un candidat ou d'un parti particulier. L'élément clé de la propagande électorale est la communication efficace avec l'électorat, généralement par le biais de rassemblements de campagne télévisés par les médias. ¹⁵⁶ Aujourd'hui, la propagande électorale s'appuie largement sur les médias sociaux pour diffuser des messages politiques. ¹⁵⁷	
Publicité native (pub native)	Publicité en ligne dont le texte et le format correspondent à ceux d'un message ordinaire sur le réseau sur lequel elle est diffusée. L'objectif est de donner l'impression qu'il s'agit moins d'une publicité que d'un élément de conversation. ¹⁵⁸	
Publicité ou propagande électorale	La publicité électorale est une forme de campagne pendant une période claire qui permet aux candidats de transmettre directement leur message aux électeurs et d'influencer le débat politique. En diffusant des annonces ou de la propagande sur divers types de médias, les candidats peuvent atteindre des publics qui, autrement, n'auraient peut-être pas prêté attention à l'élection et renforcer la reconnaissance de leur nom, mettre en évidence des questions importantes et attirer l'attention sur	

¹⁵⁶ <https://www.polyas.com/election-glossary/electioneering>

¹⁵⁷ <https://www.cqu.edu.au/cquninews/stories/general-category/2020-general/expert-warns-about-the-pitfalls-of-electioneering-on-social-media>

¹⁵⁸ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

	les lacunes de leurs adversaires, entre autres. ¹⁵⁹	
Publicité sur les médias sociaux	Différentes formes de publicité en ligne réalisées sur les réseaux sociaux, bénéficiant de niveaux élevés d'engagement des utilisateurs et de la possibilité d'utiliser la segmentation pour s'adresser à un public cible.¹⁶⁰ Les publicités qui utilisent toutes les données que les utilisateurs partagent sur les médias sociaux pour offrir un contenu hautement personnalisé et pertinent, ce qui multiplie les possibilités de conversation et peut faire connaître une marque à davantage de clients potentiels, mais peut aussi donner lieu à des chambres d'écho où les utilisateurs des médias sociaux interagissent avec des personnes et des organisations partageant les mêmes idées et sont exposés à leurs opinions.¹⁶¹ Ils peuvent apparaître sous forme de messages sponsorisés au sein ou à côté du contenu organique.¹⁶²	

Q

¹⁵⁹ https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human_rights_magazine_home/voting-in-2020/political-advertising-on-social-media-platforms/

¹⁶⁰ <https://www.additive.eu/en/glossary/social-media-advertising.html>

¹⁶¹ <https://www.cyberclick.net/numericalblogen/what-exactly-are-social-ads-types-and-examples-of-advertising-on-social-media>

¹⁶² <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/social-media-advertising/europe>

Concept	Définition générale	Exemple national
Recherches sans clic (ou Requêtes sans clic)	Une requête dans un moteur de recherche qui n'envoie pas l'utilisateur vers un site web tiers à partir d'un résultat de recherche organique. ¹⁶³	
Recherche organique	Terme désignant les résultats des moteurs de recherche qui sont générés naturellement et ne sont pas influencés par des relations commerciales entre une organisation et un fournisseur de recherche. L'algorithme de recherche employé fournit les résultats les plus pertinents et les plus utiles de manière neutre. C'est le contraire d'un résultat de <i>recherche payante</i> (voir <i>ci-dessous</i>) où la prééminence sur une plateforme donnée est achetée. ¹⁶⁴	
Recherche payante	Tout processus de recherche où les résultats sont dictés par le paiement des annonceurs, où l'espace acheté affiche le contenu de l'annonceur. Ce type de résultat n'est pas naturel. ¹⁶⁵ Les acteurs politiques se sont engagés et tentent d'investir dans ce type de stratégie de communication politique. ¹⁶⁶	

¹⁶³ <https://www.searchmetrics.com/glossary/zero-click-searches/#:~:text=Zero%20click%20searches%20are%20queries,on%20an%20organic%20search%20result.>

¹⁶⁴ <https://www.techopedia.com/definition/21194/organic-search#:~:text=Explains%20Organic%20Search-.What%20Does%20Organic%20Search%20Mean%3F,other%20party%20hosting%20search%20results.>

¹⁶⁵ <https://www.techopedia.com/definition/1555/paid-search#:~:text=Techopedia%20Explains%20Paid%20Search,-Paid%20search%20is&text=Organic%20search%20results%20are%20%22natural,the%20advertiser%20and%20Web%20host.>

¹⁶⁶ <https://aceproject.org/ace-fr/topics/me/mea/mec04/mec04b/default>

Reciblage (retargeting)	Signifie l'affichage de publicités aux personnes qui ont déjà visité le site ou la page. ¹⁶⁷	
Reconnaissance d'images (ou vision par ordinateur)	Un processus d'apprentissage automatique qui permet de programmer des ordinateurs pour comprendre ce qui se passe dans une image. L'IA recherche des modèles dans les images afin d'identifier rapidement les nuances que les humains ne voient pas forcément. ¹⁶⁸	
Requête	Mot ou phrase qu'un utilisateur tape dans un moteur de recherche dans l'espoir de trouver un résultat spécifique. Une requête de recherche est donc une chaîne de texte utilisant une combinaison de mots-clés. ¹⁶⁹ Voir <i>Mot-clé</i> .	
Réseaux de neurones (artificiels)/ neurones formels	Famille de <i>l'apprentissage automatique</i> , dont la conception est à l'origine schématiquement inspirée du fonctionnement des neurones biologiques et qui, par la suite, s'est rapproché des méthodes statistiques. Il est utilisé pour la robotique, la traduction automatisée, etc. ¹⁷⁰ Grâce à des algorithmes, ils peuvent reconnaître des modèles cachés dans des données brutes, les regrouper et les classer, filtrer les réseaux sociaux et, au fil du temps, apprendre et s'améliorer en permanence. ¹⁷¹	

¹⁶⁷ <https://blog.hubspot.com/marketing/social-media-terms>

¹⁶⁸ Business 2 community: <https://www.business2community.com/marketing/artificial-intelligence-terms-marketers-need-know-01891972>

¹⁶⁹ <https://serp.co/seo/search-query/>

¹⁷⁰ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

¹⁷¹ sas.com/en_us/insights/analytics/neural-networks.html

Réseau publicitaire	Un réseau représentant de nombreux sites Web dans la vente de publicité, permettant aux acheteurs de publicité d'atteindre de larges audiences relativement facilement grâce à des achats au fil de l'eau et au fil du réseau. ¹⁷²	
Réseau social (site de réseautage social) (en anglais <i>social networking site</i> , SNS)	Une plateforme en ligne qui permet aux utilisateurs de créer un profil public et d'interagir avec d'autres utilisateurs. L'utilisation de ce terme fait généralement référence au réseau réel de comptes et de relations qui peuvent être analysés par <i>l'analyse des réseaux sociaux</i> . Les sites de réseautage social permettent parfois ou tendent à permettre à un nouvel utilisateur de fournir une liste de personnes avec lesquelles il partage une connexion, et permettent ensuite aux personnes de la liste de confirmer ou d'infirmer la connexion. Une fois les connexions établies, le nouvel utilisateur peut effectuer des recherches dans les réseaux de connexions pour établir d'autres connexions. Également connu sous le nom de site web de réseautage social ou site web social. ¹⁷³	

¹⁷² https://www.marketingterms.com/dictionary/advertising_network/

¹⁷³ <https://www.techopedia.com/definition/4956/social-networking-site-sns>

Concept	Définition générale	Exemple national
Sécurité de l'information	Différente de la cybersécurité, la sécurité de l'information est une catégorie plus large qui vise à protéger tous les actifs informationnels, qu'ils soient sur papier ou sous forme numérique. ¹⁷⁴	
Sciences cognitives	Forme d'étude plus large qui inclut l'IA en plus de la philosophie, de la linguistique, de la psychologie, des neurosciences et de l'anthropologie. Toutes ces disciplines se combinent pour apprendre comment l'esprit fonctionne et, lorsqu'elles sont appliquées à l'IA, comment les machines peuvent simuler la pensée et l'action humaines. ¹⁷⁵	
Sciences des données (data science)	Regroupement large des mathématiques, des statistiques, des probabilités, de l'informatique, de la visualisation des données afin d'extraire des connaissances d'un ensemble hétérogène de données (images, son, texte, données génomiques, liens dans les réseaux sociaux, mesures physiques, etc.). ¹⁷⁶	
Standards de la communauté	Voir <i>Conditions d'utilisation</i> .	

¹⁷⁴ Rechercher la source

¹⁷⁵ Business 2 community: <https://www.business2community.com/marketing/artificial-intelligence-terms-marketers-need-know-01891972>

¹⁷⁶ Glossaire sur l'Intelligence Artificielle élaboré par le Comité ad hoc CAHAI du Conseil de l'Europe
<https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/glossary>

Concept	Définition générale	Exemple national
Technologie des communications numériques	La conception et la construction de technologies de communication qui transmettent des informations sous forme numérique. ¹⁷⁷ Ce sont des outils numériques qui permettent à deux ou plusieurs personnes de communiquer entre elles. ¹⁷⁸	
Technologies de l'information et de la communication (TIC)	Technologie utilisée pour gérer les processus de communication tels que les télécommunications, les médias de diffusion, les systèmes de gestion intelligente des bâtiments, les systèmes de traitement et de transmission audiovisuels, ainsi que les fonctions de contrôle et de surveillance en réseau. Elle décrit la convergence de plusieurs technologies, et l'utilisation de lignes de transmission communes transportant des données et des types et formats de communication très divers. ¹⁷⁹	
Traitement Automatique du Langage Naturel (TALN ou NLP en anglaise)	Cette technologie permet aux machines de déterminer ce que disent les humains, que ce soit dans un texte ou par la voix. Des programmes plus sophistiqués peuvent déchiffrer le discours dans diverses langues, en comprenant non seulement le vocabulaire réel, mais aussi en dégagant le contexte et les significations plus cachées. Le langage nuancé, y compris le	

¹⁷⁷

<https://www.thefreedictionary.com/digital+communications+technology#:~:text=1.,WordNet%203.0%2C%20Farlex%20clipart%20collection.>

¹⁷⁸ <https://clcs.weebly.com/digital-communication-technologies-dct.html>

¹⁷⁹ <https://www.techopedia.com/definition/24152/information-and-communications-technology-ict>

	sarcasme, la subtilité et la parodie, reste difficile pour l'intelligence artificielle. Le TNL est parfois utilisé par les spécialistes des données pour automatiser l'analyse du contenu des médias sociaux.	
Traitement des données à caractère personnel	Toute opération ou ensemble d'opérations portant sur des données personnelles, quel que soit le procédé utilisé (collecte, enregistrement organisation, conservation, adaptation, modification, extraction consultation, utilisation, communication par transmission ou diffusion ou toute autre forme de mise à disposition, rapprochement). ¹⁸⁰	
Trolls	Voir <i>Internet trolls</i> .	

U

Concept	Définition générale	Exemple national
URL	Localisation d'une ressource sur Internet, abréviation de Universal Resources Locator. Il comprend le protocole (HTTP ou FTP), le nom de domaine (ou l'adresse IP) et des informations supplémentaires sur le chemin (dossier ou fichier). ¹⁸¹ En somme, il s'agit du lien d'un site Internet ou d'un réseau.	
Utilisateur	Toute personne qui n'est pas impliquée dans le support ou le développement d'un ordinateur ou d'un service, mais qui utilise plutôt les services. C'est également	

¹⁸⁰ <https://www.cnil.fr/fr/definition/traitement-de-donnees-personnelles>

¹⁸¹ <https://www.marketingterms.com/dictionary/url/>

	l'autre nom d'un compte capable de se connecter à un ordinateur ou à un service. Tout service ou programme comportant plusieurs comptes utilise des comptes d'utilisateur qui donnent à chaque utilisateur ses autorisations personnelles, ses paramètres et d'autres données non accessibles aux autres utilisateurs. ¹⁸²	
--	---	--

V

Concept	Définition générale	Exemple national
Vie privée	Voir <i>Droit à la vie privée</i> .	
Violence en Ligne contre les Femmes en Politique	Toutes les formes d'agression, de coercition et d'intimidation des femmes dans l'espace en ligne simplement parce qu'elles sont des femmes. Également connue sous le nom de <i>cyberviolence à l'égard des femmes</i> . ¹⁸³ Ce phénomène existe également en ligne, les candidates actives sur le plan politique étant confrontées à des menaces ¹⁸⁴ émanant d'autres candidats, partis et/ou citoyens.	
Viral	Décrit tout contenu ou média qui est largement partagé sur les réseaux sociaux et en ligne. Il peut s'agir de vidéos, de photos, d'articles et de publicités. ¹⁸⁵	

¹⁸² <https://www.computerhope.com/jargon/u/user.htm>

¹⁸³ <https://en.unesco.org/sites/default/files/genderreport2015final.pdf> et Lire le document sur les résultats principaux <https://en.unesco.org/sites/default/files/highlightdocumentfrench.pdf>

¹⁸⁴ <https://www.iknowpolitics.org/fr/discuss/e-discussions/discussion-en-ligne-sur-la-violence-en-ligne-contre-les-femmes-en-politique>

¹⁸⁵ <https://www.techopedia.com/definition/5577/viral>

Virtuel	Informations qui sont simulées sur un ordinateur ou un réseau en ligne. ¹⁸⁶	
---------	--	--

W

Concept	Définition générale	Exemple national
Web 2.0	Un stade de développement de l'internet qui permet et encourage le contenu généré par l'utilisateur, l'engagement social et la collaboration, y compris les médias sociaux. ¹⁸⁷	

X

Y

Z

¹⁸⁶ <https://www.merriam-webster.com/dictionary/virtual>

¹⁸⁷ <https://www.polyas.com/election-glossary/web20>

IV. Bibliographie

Une fois que les définitions des concepts auront été déterminées, la liste des références sera intégrée.

V. Annexe 1 : Contexte

L'Observatoire des Réseaux Sociaux du Réseau Mondial de Justice Électorale (RMJE) vise à protéger les droits politiques et électoraux et les principes démocratiques à l'ère numérique, en émettant des recommandations en faveur de changements institutionnels qui renforcent l'état de droit et la protection des droits fondamentaux. L'Observatoire analyse le contexte actuel des technologies de communication numérique dans les élections et la justice électorale, publie des rapports périodiques contenant des bonnes pratiques et des recommandations, et offre un accompagnement des processus et un soutien aux organes membres du Réseau Mondial sur ces sujets spécialisés.

Le 13 juillet 2021, la première réunion du Conseil d'Administration de cet Observatoire s'est tenue virtuellement. Lors de cette réunion, une proposition de livrable pour la Quatrième Assemblée Plénière (octobre 2021) a été approuvée : un glossaire de concepts dans le domaine des médias digitaux utiles pour le domaine électoral, qui répondrait aux différentes réalités des organismes faisant partie du Réseau Mondial.

Le glossaire présenté contient des termes couramment utilisés pour analyser le contexte des réseaux sociaux et des technologies de communication numérique et leur relation avec les processus démocratiques en ligne. Ce produit sera publié sur la Plateforme d'Échange Mondial d'ici la fin de l'année 2021.

VI. Annexe 2 : Méthodologie

La construction du glossaire est guidée par des études dans le domaine de la technologie, de la communication, des médias digitaux et de la numérisation des élections, ainsi que par les dictionnaires existants définissant ces concepts. Ces études et dictionnaires servent de référence pour les définitions et la présentation des cas nationaux inclus dans le glossaire.¹⁸⁸ En outre, les organisations internationales travaillant dans ce domaine ont été suivies afin d'inclure des exemples actualisés de concepts, d'application de termes et de cas nationaux. Une large collecte d'informations est nécessaire pour trouver les similitudes et les différences entre les pays, ainsi que pour favoriser l'approche positive et/ou bénéfique que le Conseil d'Administration de l'Observatoire souhaite employer dans toutes ses activités.

Il est important de noter que ce document n'a pas l'intention d'approfondir l'analyse des cas individuels, mais qu'il appliquera une Approche Comparative Qualitative (ACQ)¹⁸⁹ uniquement pour structurer les informations sur les différents concepts des technologies de communication numérique utilisées dans les élections. Il est également important de

¹⁸⁸ Lors de la deuxième réunion du Conseil d'Administration, il a été convenu que la liste des concepts et leurs définitions seraient finalisées dans un premier temps, et que les cas nationaux seraient inclus dans un second temps. Par conséquent, la colonne des exemples nationaux est vide.

¹⁸⁹ <https://www.intrac.org/wpcms/wp-content/uploads/2017/01/Qualitative-comparative-analysis.pdf>

distinguer que les concepts liés au vote électronique¹⁹⁰ seront évités, car cela représente une autre approche de l'utilisation de la technologie dans les élections. En outre, des concepts tels que la violence politique fondée sur le sexe ne seront pas inclus dans ce glossaire, même s'ils peuvent être liés aux réseaux sociaux ou s'y manifester. Cela tient au fait que le glossaire se concentre exclusivement sur *les concepts de réseaux sociaux utiles ou applicables aux élections ou à la justice électorale*.

Le glossaire reposera sur les principes de **corrélation** et de **classement** (trier les définitions et les exemples en groupes sur la base de leurs attributs communs), **déduction** (tirer des conclusions sur la dénomination d'un concept si le contexte national en est dépourvu, mais qu'il est suffisamment similaire à un autre cas), **exactitude** (dans la collecte des informations et la mise en correspondance des concepts et des exemples nationaux), **rigueur** (examen diligent des ressources et application de ACQ de manière égale à toutes les informations, afin d'identifier les différences significatives et de les respecter) et **triangulation** (vérification des définitions d'un ou de plusieurs pays, à l'aide d'une collecte d'informations multidimensionnelle).

VII. Annexe 3 : Cadre conceptuel de base et références internationales

Le **droit de vote** et le **droit d'être élu**, et donc le **droit de prendre part à la direction des affaires publiques**, ont leur base normative dans des instruments internationaux tels que la *Déclaration Universelle des Droits de l'Homme* et le *Pacte International Relatif aux Droits Civils et Politiques*.¹⁹¹ Le libre exercice du droit de vote est protégé par la **liberté d'expression**, qui est un aspect indispensable de toute démocratie et de tout système électoral modernes. « Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ». ¹⁹² Ce droit d'exprimer ses idées et ses opinions, de les échanger avec ses concitoyens et de rechercher ou de partager des informations, est indispensable à la vie publique et politique. Il est également lié à la **liberté de réunion** et **d'association** et au **droit à l'information**. ¹⁹³

¹⁹⁰ Le vote électronique est la procédure par laquelle un électeur exprime son vote par le biais d'un système numérique au lieu d'utiliser des bulletins de vote en papier. Cette forme de vote est apparue au début du 21^e siècle et implique une certaine numérisation de la procédure de vote, que l'Organisme de Gestion Électorale (OGE) est généralement chargé d'administrer avant le jour du scrutin. Voir <https://www.techopedia.com/definition/13616/electronic-voting-e-voting>

¹⁹¹ Article 21 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et article 25 du Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques.

¹⁹² Article 19 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme <https://www.un.org/fr/about-us/universal-declaration-of-human-rights>

¹⁹³ Ces droits et libertés sont stipulés dans les articles 20, 21, 22 et 23 de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, les articles 19 et 25 du Pacte International relatif aux Droits Civils et Politiques, l'article 13 de la Convention Américaine des Droits de l'Homme, ainsi que dans d'autres instruments régionaux clés.

La liberté d'expression permet un débat politique éclairé dans lequel les citoyens peuvent interagir et/ou discuter des questions d'actualité, sont conscients de la manière dont leurs votes influencent les décisions gouvernementales et peuvent exiger que les autorités publiques, y compris les organes électoraux et judiciaires, partagent des informations véridiques et transparentes. Avec la numérisation de la politique, cette liberté est devenue la pierre angulaire des nouvelles technologies de communication numérique. Par conséquent, cette liberté et le droit de voter et d'être voté dans des conditions d'égalité doivent également **être garantis en ligne**.¹⁹⁴

Selon la Commission de Venise, si « l'internet et les médias sociaux ont ouvert de nouvelles possibilités de participation politique et sont devenus essentiels dans le processus électoral », « les défis électroniques à la démocratie, y compris la cybercriminalité, étaient néanmoins élevés et extrêmement complexes, en raison notamment de la nature sans frontières d'Internet et de la propriété privée de l'information ». ¹⁹⁵

En définitive, les nouveaux défis numériques menacent non seulement les piliers de la liberté d'expression pendant les processus électoraux, car les citoyens sont confrontés à des informations erronées et pourraient avoir une perception biaisée des programmes électoraux des partis politiques, mais aussi le **droit à des conditions de concurrence équitables dans une compétition électorale** et à des **élections libres et équitables**. Selon le Rapporteur Spécial des Nations Unies (ONU) sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, le Représentant de l'Organisation pour la Sécurité et la Coopération en Europe (OSCE) pour la liberté des médias, et le Rapporteur Spécial de l'Organisation des États Américains (OEA) pour la liberté d'expression, l'utilisation abusive des médias sociaux pour miner les processus électoraux par le biais de la « propagande informatique », l'adoption de lois justifiées par les défis décrits ci-dessus et qui, dans la pratique, restreignent la liberté d'expression ou l'accès du public à l'information, et l'utilisation abusive des gouvernements pour diffuser de la propagande ayant un impact sur les résultats des élections, sont quelques-unes des menaces actuelles posées par l'utilisation abusive des médias sociaux.¹⁹⁶

Les **réseaux sociaux** sont l'un des outils les plus importants de la politique moderne, car les plateformes de médias sociaux sont devenues la nouvelle « place publique ». ¹⁹⁷ Ces derniers ont rapproché les citoyens et les groupes historiquement exclus de l'ensemble des pouvoirs publics, des autorités électorales et des acteurs politiques, en incluant leurs points de vue, en diversifiant le débat public et en assurant, par exemple, un plus grand engagement électoral grâce à une multiplication des primo-votants.¹⁹⁸ La *Déclaration*

¹⁹⁴ <https://book.coe.int/fr/droits-de-l-homme-et-democratie/8447-freedom-of-expression-and-the-internet-updated-and-revised-2nd-edition.html>

¹⁹⁵ [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2020\)037-f](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2020)037-f)

¹⁹⁶ <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/JointDeclaration2020FRENCH.pdf> et <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/ElectionsReportDigitalAge.pdf>

¹⁹⁷ <https://rm.coe.int/cahai-2020-23-final-etude-de-faisabilite-fr-2787-2531-2514-v-1/1680a1160f>

¹⁹⁸ <https://www.idea.int/sites/default/files/publications/social-media-guide-for-electoral-management-bodies.pdf>

Conjointe sur la Liberté d'Expression et les Élections à l'Ère du Numérique souligne « le rôle essentiel de la liberté d'expression et d'information, de médias libres, indépendants et pluralistes et d'un Internet libre et accessible pour garantir la tenue d'élections libres et équitables » et souligne « l'importance pour la démocratie d'un paysage médiatique dynamique, d'un débat public robuste sur les questions d'intérêt général et de l'accès du public à un éventail diversifié d'informations et d'idées ». ¹⁹⁹ Comme l'a dit le Rapporteur Spécial de l'ONU en 2014, les piliers qui garantissent la liberté d'opinion et d'expression pendant les processus électoraux sont : le pluralisme et les médias, la transparence et l'exactitude. ²⁰⁰

Toutefois, selon le Conseil de l'Europe, « la pleine participation à l'espace de communication en ligne est confrontée à de nombreux défis », car la réglementation nationale, les règles privées et les algorithmes technologiques poussent parfois la liberté d'expression à ses limites. ²⁰¹ Avec l'essor des outils technologiques et des zones grises, le **cyberespace des débats politiques** pendant les processus électoraux a été soumis à diverses manifestations de manipulation, d'opérations d'information, de désinformation à des informations malveillantes et à des contenus violents ou discriminatoires, entre autres..

Ces défis ont mobilisé la communauté électorale internationale, qui a envisagé différentes formes de réglementation dans ce domaine, en opposant l'expansion et la limitation des droits fondamentaux. Si « nul ne peut être inquiété pour ses opinions », toute restriction légale à la liberté d'expression en ligne doit préserver « le respect des droits ou de la réputation d'autrui » et « la sauvegarde de la sécurité nationale, de l'ordre public, de la santé ou de la moralité publiques ». ²⁰²

Principes à prendre en compte

Les pressions exercées lors des processus électoraux à l'ère numérique sont complexes et multiformes et impliquent un large éventail d'acteurs étatiques et non étatiques. ²⁰³ C'est pourquoi les pouvoirs publics du monde entier doivent avoir une compréhension très claire du paysage des médias sociaux et de la manière de se situer par rapport à ces nouveaux concepts et défis. Ce n'est que de cette manière que les organes juridictionnels et électoraux pourront répondre aux demandes électorales de manière actualisée et adapter leurs décisions judiciaires.

¹⁹⁹ <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/JointDeclaration2020FRENCH.pdf>

²⁰⁰ Rapport du Rapporteur spécial sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, Frank La Rue, Conseil des droits de l'homme, N.U. Doc. A/HRC/26/30 (2 juillet 2014), disponible sur <https://undocs.org/fr/A/HRC/26/30>.

²⁰¹ <https://book.coe.int/fr/droits-de-l-homme-et-democratie/8447-freedom-of-expression-and-the-internet-updated-and-revised-2nd-edition.html>

²⁰² Art. 19 <https://www.ohchr.org/fr/professionalinterest/pages/ccpr.aspx>

²⁰³ <https://www.ohchr.org/Documents/Issues/Opinion/ElectionsReportDigitalAge.pdf>

Afin de renforcer les avantages de l'utilisation des plateformes de communication numérique dans les processus démocratiques en ligne, et de contraster les défis présentés dans la section précédente, un résumé de cette liste de principes est présenté ci-dessous.²⁰⁴ pourrait être considéré comme un contexte supplémentaire pour le glossaire :

1. Les principes de la liberté d'expression qui impliquent un débat public robuste doivent être traduits dans l'environnement numérique, en particulier en période électorale.

Les politiques de contenu doivent être conformes aux principes de la liberté d'expression, en garantissant un débat public numérique ouvert dans lequel le libre échange des opinions et des idées est assuré.

2. Pendant les campagnes électorales, un Organisme de Gestion Électorale (OGE) impartial et compétent ou un organisme judiciaire devrait être habilité à exiger des entreprises privées qu'elles retirent de l'internet des contenus tiers clairement définis, sur la base des lois électorales et conformément aux normes internationales.

Les entreprises privées ne devraient pas être chargées de retirer le contenu de tiers de l'internet sans contrôle judiciaire, ni se voir attribuer le pouvoir de réglementer l'exercice de la liberté d'expression. Seuls des organismes indépendants des influences politiques et commerciales devraient faire respecter ces normes.

3. En période électorale, l'internet ouvert et la neutralité du réseau doivent être protégés.

Veiller à ce que toute restriction de l'accès au contenu de l'internet repose sur un cadre juridique strict et un contrôle judiciaire pour prévenir d'éventuels abus, en empêchant les fournisseurs de services internet de décider unilatéralement du contenu en ligne.

4. Les données à caractère personnels doivent être protégées efficacement, en particulier pendant la période cruciale des élections.

Le comportement en ligne des individus ne peut être surveillé sans leur consentement, car cela contredit le principe d'élections libres et équitables. Les acteurs politiques doivent établir des politiques de protection de la vie privée et les partager avec les autorités électorales, et le non-respect de ces politiques devrait entraîner des sanctions.

5. L'intégrité électorale doit être préservée grâce à des règles et réglementations régulièrement révisées sur la publicité politique et sur la responsabilité des intermédiaires Internet.

Garantir la transparence des publicités politiques payantes sur les réseaux sociaux et l'internet, en termes d'accès aux médias, de dépenses et de responsabilité.

²⁰⁴ [https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD\(2020\)037-f](https://www.venice.coe.int/webforms/documents/default.aspx?pdffile=CDL-AD(2020)037-f)

6. L'intégrité électorale doit être assurée en adaptant les réglementations internationales spécifiques au nouveau contexte technologique et en développant les capacités institutionnelles de lutte contre les cybermenaces.

L'évolution technologique est si rapide que ces approches doivent être constamment mises à jour, afin de répondre de manière adéquate aux menaces qui pèsent sur l'intégrité électorale et la démocratie délibérative, avec une coopération internationale efficace avec les fournisseurs de services, y compris sur des questions telles que l'informatique en nuage et la juridiction.

7. Le cadre de la coopération internationale et de la coopération public-privé doit être renforcé.

La nature transnationale des cybermenaces pour la démocratie exige la collaboration active des gouvernements, des entreprises et des particuliers pour échanger des informations afin d'enquêter sur les comportements illégaux et de les sanctionner.

8. L'adoption de mécanismes d'autorégulation doit être encouragée.

Les acteurs technologiques ont des responsabilités en matière de droits humains vis-à-vis de leurs utilisateurs et devraient donc adopter des codes déontologiques numériques et des mécanismes d'autorégulation afin de créer une coresponsabilité en matière de comportement en ligne. Par exemple, en étiquetant les publicités politiques et en vérifiant les faits.

Cette brève introduction au cadre conceptuel de base et aux références internationales présente un aperçu des réseaux sociaux, des nouvelles technologies de communication numérique et des droits connexes.