Facebook signalera les articles « bidons » après vérification d'un réseau de journalistes

16/12/2016 à 15h04



Facebook répond aux critiques de médias sur la diffusion d'articles « bidons » en leur proposant de les vérifier au quotidien. Le réseau social propose d'afficher des avertissements sur ces contenus, en plus de supprimer la publicité qu'il leur offre habituellement. La lutte contre les articles bidons est la nouvelle urgence de Facebook (voir notre analyse). Après un mois de critiques soutenues, l'entreprise présente déjà des solutions complètes pour régler le problème. Après des sondages de membres sur la véracité des titres, le réseau social met en place tout un dispositif pour signaler et marquer les contenus mensongers. **Un réseau de journalistes pour vérifier le contenu** La société teste des moyens de traiter ces « fake news », d'abord en signalant les publications du flux d'actualités, avec une option située juste sous le spam. Elle a aussi noué un partenariat avec le Poynter's International Fact-Checking Network (IFCN), mis en

place l’an dernier, composé de médias proposant de la vérification des faits. Ils bénéficieront d’outils dédiés pour le traitement de ces actualités, qu’ils sont chargés de trier. (…) Dans les faits, les publications mensongères seront signalées via un message en rouge. Il indique que l’article est « contesté » par un ou plusieurs fact-checkers tiers, avec un lien vers un article « sûr » expliquant pourquoi. « Nous utiliserons les signalements de la communauté, parmi d’autres signaux, pour envoyer les articles à ces organisations » explique la société. Elle compte aussi s’appuyer sur le fait que si un article est moins partagé après avoir été lu, il s’agit sûrement d’un contenu « bidon ». En plus du message voyant, les conséquences peuvent être multiples : baisse dans le classement du flux d’actualités et apparition d’un avertissement au moment de le partager. « Nous avons également mis à jour nos politiques pour que les articles contestés ne puissent pas être promus ou mis en publicité sur Facebook » déclare encore le réseau social, qui a d’abord nié toute responsabilité. Selon lui, les articles bidons représentent à peine 1 % de ceux qu’il fait circuler. (…) Next Impact