



FONDATION
DES FEMMES

ISD

Innover contre
l'extrémisme, la haine
et la désinformation

Mobilisation anti-avortement en France

Quand les réseaux sociaux menacent le droit à l'IVG

Avertissement : Ce rapport contient des références à l'avortement, à l'interruption de grossesse, au meurtre et au viol et des descriptions erronées et choquantes du processus d'avortement.

Autrices

Cécile Simmons est chargée de recherche à l'ISD et travaille au sein de l'équipe de recherches numériques et politiques publiques. Elle est co-auteur de nombreux rapports sur l'extrémisme, la désinformation et les violences numériques. Ses recherches sont régulièrement couvertes par les médias, dont la BBC, le Guardian, Politico, le Washington Post ou encore Le Monde. Ancienne élève de l'Ecole Normale Supérieure de Lyon et titulaire d'une agrégation d'anglais, elle est également diplômée de la London School of Economics.

Clara Martiny est chercheuse au sein de la branche américaine de l'ISD. Ses recherches portent sur la haine en ligne et la désinformation, et ses impacts hors ligne. Elle a précédemment travaillé pour l'organisation Media Matters for America en tant que chercheuse spécialiste des questions de mésinformation en ligne. Elle est diplômée en relations internationales de la Pardee School of Global Studies à l'université de Boston. Ses recherches ont été couvertes par de nombreux médias internationaux, dont le New York Times, la BBC et Axios.



**FONDATION
DES FEMMES**

ISD

Innové contre
l'extrémisme, la haine
et la désinformation

Amman | Berlin | London | Paris | Washington DC
Copyright © ISD (2024). Institute for Strategic Dialogue (ISD) est une société à responsabilité limitée par garantie, siège social à l'adresse PO Box 75769, Londres, SW1P 9ER. ISD est enregistrée en Angleterre sous le numéro d'enregistrement de société 06581421 et sous le numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance 1141069. En France, l'ISD est établi sous la forme d'une association Loi 1901 : l'Institut pour le Dialogue Stratégique sous le numéro d'enregistrement W751256497. Tous droits réservés. Toute copie, reproduction ou exploitation de tout ou partie de ce document ou de ses pièces jointes sans l'autorisation écrite préalable d'ISD est interdite.
www.isdglobal.org

Remerciements

Nous adressons nos remerciements aux membres de la Fondation des Femmes pour leur contribution à cette étude et pour la pertinence de leurs commentaires et révisions, en particulier Nina Mériguet et Floriane Volt. Nous remercions également les membres de l'ISD, dont Melanie Smith, Henry Tuck et Arabella Phillimore, pour leur relecture attentive. Les auteurs assument seuls la responsabilité pour toute erreur ou omission.

À propos de l'ISD

Fondé en 2006 au Royaume-Uni, l'ISD est aujourd'hui considéré comme la première organisation mondiale de recherche et d'action dédiée au défi de la montée des extrémismes, de la désinformation et de la polarisation à l'ère du numérique. Le think tank combine recherche à l'aide d'outils technologiques de pointe et expertise dans les mouvements extrémistes pour mieux comprendre l'évolution des menaces à la démocratie et proposer des solutions concrètes aux décideurs publics et aux publics cibles. La branche associative française de l'ISD a été créée en 2020 et siège au sein de l'Observatoire de la haine en ligne et du groupe d'experts sur la manipulation de l'information de l'ARCOM.

À propos de la Fondation des Femmes

La Fondation des Femmes, sous égide de la Fondation de France, est la fondation de référence en France sur les droits des femmes et la lutte contre les violences dont elles sont victimes. Grâce aux dons qu'elle reçoit, elle apporte un soutien financier, juridique et matériel aux initiatives associatives à fort impact, sur tout le territoire. La Force juridique de la Fondation des Femmes est un réseau de plus de 350 avocat.e.s, professionnel.le.s du droit et expert.e.s bénévoles engagés auprès des associations de défense des droits des femmes. Pour en savoir plus : <https://fondationdesfemmes.org>. Contact : bonjour@fondationdesfemmes.org.

Sommaire

Synthèse	4
Principales constatations	5
Glossaire	7
Méthodologie	8
Examen des politiques existantes des plateformes relatives à l'avortement	9
Analyse	11
Réseaux anti-avortement sur Facebook et Instagram : les principales communautés	11
Débat anti-avortement sur X : Principaux discours et tendances	19
Recommandations algorithmiques et contenus anti-avortement : Suivi de l'algorithme de YouTube	22
Fonctionnalités des plateformes au service des discours anti-avortement : L'exemple des Reels sur Instagram	26
Monétisation des contenus anti-avortement : Analyse des publicités Meta	29
Conclusions et recommandations	33
Recommandations pour les plateformes	33
Recommandations pour les autorités de régulation et responsables politiques	34
Annexes	35

Synthèse

L'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade* par la Cour suprême des États-Unis en juin 2022 a provoqué une véritable onde de choc, marquant une régression de l'accès des femmes à l'avortement et au choix en matière de procréation. De même, ces dernières années, les droits à l'avortement se sont restreints dans de nombreux pays. La Pologne a [adopté](#) une interdiction quasi totale de l'avortement en octobre 2021, la Hongrie [proposant](#) quant à elle une loi qui obligera les femmes à écouter les battements de cœur de leurs fœtus avant de subir une interruption de grossesse.

Si la France connaît une longue tradition de militantisme anti-avortement depuis la promulgation de la loi Veil en 1974, il semblerait que l'arrêt de la Cour suprême des États-Unis ait raffermi les groupes de lutte contre l'avortement dans leurs actions, comme le montre la recrudescence d'[attaques](#) contre les locaux d'organisations luttant pour les droits reproductifs, au premier plan desquelles le Planning Familial, et des opérations très médiatisées menées par des organisations anti-avortement, dont la récente [campagne coordonnée d'autocollants](#) apposés sur des Vélib' à Paris.

L'entrave à l'avortement est un [délit](#) inscrit dans le droit français, passible d'une peine d'emprisonnement pouvant aller jusqu'à deux ans et d'une amende pouvant atteindre 30 000 euros. En 2017, un nouveau texte de loi a [étendu](#) cette sanction à tout internaute cherchant à faire obstacle à l'accès à l'avortement en dissimulant ses intentions, notamment les pages qui se présentent comme des pages d'information neutres mais diffusent des discours uniquement hostiles à l'avortement. Par ailleurs, les tentatives de restriction des droits à l'avortement dans d'autres pays ont incité les députés français à débattre de l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution.

Bien que de nombreux exemples de mobilisation contre l'avortement hors ligne aient été observés au cours des derniers mois, les activités en ligne des réseaux anti-avortement demeurent peu explorées et une vue d'ensemble des dynamiques de diffusion, d'amplification et de monétisation de discours anti-avortement et de désinformation relative à l'avortement est encore lacunaire.

[De précédentes recherches](#) menées par l'ISD sur les activités anti-avortement aux États-Unis au lendemain de l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade* ont montré que les discours et les tactiques anti-avortement se présentent sous diverses formes, y compris de la désinformation sur la procédure d'avortement elle-même ou encore des

comparaisons idéologiques au meurtre et au génocide. Cette même étude a de plus mis en évidence l'ampleur de l'incapacité des plateformes de réseaux sociaux à créer un environnement sûr pour les internautes en quête d'informations fiables sur l'avortement.

Les mécanismes qui régissent le choix, l'amplification, la monétisation et la modération des contenus par les plateformes de réseaux sociaux déterminent ce que les utilisateurs consultent en ligne. Or, ces mécanismes restent opaques pour les chercheuses, en dépit de demandes répétées en faveur d'un meilleur accès aux données pour ces derniers. Ces entreprises sont les principales responsables de la lutte contre la diffusion et l'amplification d'affirmations mensongères et trompeuses sur l'avortement, ou de contenus dangereux sur les droits reproductifs, y compris la promotion et la vente de produits nocifs pouvant causer des dommages physiques à leurs utilisateurs.

Fruit d'une analyse quantitative et qualitative, ce rapport est une exploration multiplateforme de la mobilisation anti-avortement sur les réseaux sociaux en France et des différentes communautés, discours et tactiques utilisés pour diffuser, amplifier et monétiser des discours anti-avortement. Il examine la manière dont les plateformes de réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube et X, anciennement Twitter), leurs algorithmes de recommandation et d'autres fonctionnalités peuvent favoriser la circulation de ce type de contenu. Ce rapport vise ainsi à mettre en lumière les manquements des plateformes dans l'application de leurs politiques et les lacunes de ces dernières.¹

Principales constatations

- **Bien qu'il existe des discours explicitement anti-avortement sur l'ensemble des plateformes analysées, l'ISD a constaté que la mobilisation anti-avortement se présentait essentiellement sous la forme de fausses informations, d'affirmations trompeuses sur l'avortement et de contenus choquants et dissuasifs (voir Glossaire).** Une grande partie de ce contenu semble destiné à décourager les utilisateurs de recourir à l'avortement et à semer le doute sur la sécurité des traitements médicaux utilisés lors d'un avortement. Les chercheuses ont identifié de nombreuses affirmations trompeuses sur la souffrance présumée du fœtus avorté, sur les effets secondaires de l'IVG et des descriptions erronées de la procédure d'IVG.
- **L'analyse des politiques de Facebook, Instagram, X et YouTube sur les contenus liés à l'avortement a révélé que seul YouTube dispose de règles claires pour lutter contre certains types de fausses informations sur l'avortement.** Les chercheuses ont identifié des contenus qui enfreignent les règles des plateformes en matière de désinformation sanitaire sur YouTube, Instagram et Facebook. En outre, elles ont constaté que, dans certains cas, les politiques existantes n'étaient pas appliquées de manière cohérente ou adéquate, en particulier en ce qui concerne les contenus en langue française.
- **Meta a généré environ 43 750 euros grâce à 199 publicités anti-avortement sur Facebook entre mai 2022 et juin 2023. Au total, ces publicités ont enregistré 9,4 millions d'impressions.** Ces publicités présentaient des contenus dissuasifs sur l'IVG, des campagnes de collecte de fonds ou de sensibilisation en faveur d'initiatives et organismes anti-avortement, des actions de militantisme anti-avortement ou des contenus choquants. Plusieurs d'entre elles ont été jugées contraires aux politiques publicitaires de Meta, qui interdisent la désinformation sanitaire qui peut porter préjudice.
- **Selon la Meta Ad Library, 50 des 135 publicités Facebook au contenu dissuasif concernant l'avortement ciblaient des utilisateurs âgés de 13 à 17 ans.** Parmi ces 50 publicités, près de la moitié (24) contenaient des propos choquants, et abordaient des sujets tels que le viol.
- **Si les pages de groupes anti-avortement bien connus ont été identifiées comme des vecteurs actifs de contenu hostile à l'IVG, d'autres communautés en ligne contribuent activement à la diffusion de discours anti-avortement,** notamment des pages/groupes et des comptes liés à des organisations de défense des personnes handicapées, à des associations anti-LGBTQ et contre la gestation pour autrui, ainsi qu'à des militants chrétiens, royalistes et d'extrême-droite. L'ISD a ainsi constaté que des pages et groupes Facebook (non officiels) de soutien au parti Reconquête ! d'Éric Zemmour ont joué un rôle clé dans la diffusion de contenus anti-avortement sur la plateforme, comme l'ont fait également une poignée d'influenceurs ultra-conservateurs à l'intersection entre ces différentes communautés en ligne.
- **Les publications les plus partagées par les militants anti-avortement sur Facebook et Instagram comportaient des contenus dissuasifs créés par des pages anti-avortement se présentant comme des pages d'information neutre ou en faveur à l'IVG.** Ce contenu dissuasif comprenait des témoignages personnels (sous forme de texte ou de vidéo) de femmes qui partagent des expériences négatives de leur avortement ou racontent avoir renoncé à un avortement sans regretter leur choix. Impossibles à vérifier, ces témoignages décrivent de manière choquante le processus médical lié à l'avortement et décrivent des situations de maltraitance supposées de la part du personnel médical. Ces contenus montrent que les discours anti-avortement se présentent sous des formes complexes, notamment des affirmations ou témoignages ne pouvant être réfutés de manière directe.
- **À maintes reprises, les algorithmes de YouTube ont recommandé des contenus de désinformation, choquants et dissuasifs sur l'avortement à des utilisateurs qui n'avaient pas consulté de contenus anti-avortement, y compris à des utilisateurs mineurs.** Parmi ces vidéos, certaines présentaient l'avortement de manière trompeuse. Les chercheuses ont également constaté que les politiques de YouTube en matière d'avortement étaient appliquées de manière incohérente.

Certaines vidéos anti-avortement ne comportaient pas de « panneau d'informations », comme le prévoient les règles de la plateforme, et des vidéos promouvant des procédures potentiellement nocives (p.ex. l'administration de progestérone pour annuler les effets d'une IVG médicamenteuse) n'ont pas été retirées de la plateforme.

- **L'ISD a constaté que les algorithmes d'Instagram recommandaient des Reels comportant des informations erronées sur l'avortement à des utilisateurs n'ayant visionné aucun contenu anti-avortement.** Un cinquième des Reels les plus recommandés à propos de l'avortement contenait des informations trompeuses sur la procédure, et les comptes les plus recommandés dans les Reels étaient liés à la mouvance tradwife (mot-valise désignant une « épouse traditionnelle » utilisé par certaines communautés en ligne). Le contenu produit par ces comptes liés à la mouvance tradwife incluait plusieurs exemples de mésinformation sur les droits reproductifs et sur la contraception.

À la lumière de ces enseignements, l'ISD émet les recommandations suivantes :

- Les plateformes telles que Meta et YouTube doivent renforcer leurs politiques de lutte contre la diffusion de contenus choquant, en s'attaquant spécifiquement au langage et aux représentations erronées de l'avortement pouvant susciter une crainte injustifiée chez les utilisateurs, et potentiellement encourager des actions malveillantes à l'encontre du personnel médical.
 - Les plateformes doivent adopter des politiques qui interdisent les contenus et publicités promouvant la prise de progestérone pour annuler les effets d'une IVG (*abortion pill reversal* en anglais).
 - Les plateformes doivent s'assurer que les publicités contenant des informations erronées potentiellement dangereuses pour la santé sont dûment signalées et supprimées, particulièrement si elles ciblent des mineurs. Les plateformes doivent également veiller à ce que les politiques relatives à l'avortement soient mises en œuvre et appliquées aux nouvelles fonctionnalités déployées.
-

Glossaire

Procédure d'avortement : se réfère aux soins médicaux dispensés par des professionnels de santé pendant et après une procédure d'avortement.²

Contenu anti-avortement : l'ISD considère que les contenus anti-avortement comprennent non seulement les contenus s'opposant explicitement à l'avortement, mais aussi les contenus visant à dénaturer l'avortement par la diffusion d'informations trompeuses sur la procédure en question et la préconisation de pratiques médicales dangereuses (prise de progestérone pour inverser les effets d'une IVG médicamenteuse). Ces contenus peuvent émaner de comptes se définissant comme anti-avortement ou « pro-vie » et recourir à un vaste panel de tactiques, y compris l'utilisation d'un langage trompeur ou choquant pour décrire l'avortement médicamenteux ou instrumental (p.ex. « démembrement » etc.) dans le but de choquer.

Dés/mésinformation : la désinformation désigne un contenu faux, trompeur ou manipulé qui a pour but de tromper ou de nuire. La mésinformation est un contenu faux, trompeur ou manipulé, diffusé avec ou sans intention de tromper. Compte tenu de la difficulté à déterminer l'intentionnalité, le présent rapport utilise systématiquement l'expression « mésinformation sur l'avortement », par opposition à la désinformation sur l'avortement.

Contenu dissuasif : un contenu dissuasif est défini dans le présent rapport comme un contenu visant à dissuader toute personne d'avoir recours à l'avortement. Les contenus dissuasifs peuvent être expressément anti-avortement, ou véhiculer des informations erronées, mais aussi utiliser un vaste panel de stratégies de communication, dont la présentation de témoignages négatifs et non vérifiés de personnes affirmant avoir subi un avortement, la mise en évidence sélective ou l'exagération des risques et des effets secondaires liés à l'avortement, ou la promotion exclusive de la parentalité dans le cadre d'une discussion sur l'avortement.

Extrême-droite : en accord avec les concepts établis par le politologue néerlandais et spécialiste de l'extrême droite Cas Mudde et l'universitaire britannique Elisabeth Carter, l'ISD définit l'extrême droite comme un système de croyances caractérisé par une ou plusieurs des notions suivantes : nationalisme, racisme, xénophobie, opposition à la démocratie, défense d'un État fort et autoritarisme.

Contenu choquant : un contenu choquant désigne un texte, image, vidéo ou document audio qui traite en détail et sans avertissement de sujets ou d'expériences psychologiquement éprouvants, y compris le viol, le harcèlement sexuel, le suicide, l'automutilation, le meurtre, etc. Aux fins du présent rapport, nous entendons par « contenu choquant » tout contenu qui aborde ces sujets dans le cadre d'une discussion sur l'avortement et tout contenu décrivant l'avortement avec des termes connotés sur le plan émotionnel et susceptibles de provoquer un sentiment de détresse. Il s'agit notamment de contenus employant des termes qui assimilent l'avortement au meurtre (p.ex. « démembrement », « privation de nourriture »).

Monétisation : la monétisation décrit le processus consistant à tirer des revenus d'un contenu. Elle peut prendre diverses formes, telles que les recettes publicitaires, la vente de produits dérivés, les dons, les abonnements, le marketing d'affiliation, les promotions payantes et le parrainage, entre autres.

Méthodologie

L'ISD a entrepris une analyse des discours, communautés et tactiques anti-avortement en France sur Facebook, Instagram et YouTube depuis mai 2022, date à laquelle le projet de loi visant à renverser l'arrêt *Roe v. Wade* aux États-Unis a été divulgué par Politico. Le rapport vise à répondre aux questions suivantes :

- Quelle est la nature de la mobilisation contre l'avortement sur les réseaux sociaux en France ? Quels en sont les principaux éléments narratifs et tactiques ?
- Dans quelle mesure la mésinformation sur l'avortement est-elle utilisée pour diffuser des discours hostiles à l'avortement ? D'autres tactiques sont-elles utilisées ?
- Qui sont les principaux acteurs de la diffusion, de l'amplification et de la monétisation des contenus anti-avortement ?
- En quoi les fonctionnalités des plateformes contribuent-elles à la propagation et à la monétisation des contenus anti-avortement ?

Pour répondre à ces questions, l'ISD a appliqué la méthodologie décrite ci-dessous. Une méthodologie plus détaillée figure au début de chaque section du rapport.

L'ISD a produit une liste de pages/groupes Facebook et de comptes Instagram anti-avortement. À l'aide de Beam, l'outil interne d'analyse des réseaux sociaux de l'ISD-CASM, les chercheuses ont identifié des comptes partageant les mêmes liens (URL) sur les questions d'avortement au cours de la période étudiée, constituant ainsi un réseau élargi d'acteurs anti-avortement. Les chercheuses ont ensuite produit une liste de mots-clés et identifié les publications et liens sur le thème de l'avortement, analysant qualitativement les contenus les plus partagés et les modalités de partage de ce contenu au sein du réseau.

De même, l'ISD a produit une liste de comptes source sur X et a procédé à une expansion de réseau en identifiant d'autres comptes ayant partagé les mêmes liens que les comptes source au cours de la période étudiée, à l'aide de l'outil d'analyse Brandwatch. Les chercheuses ont ensuite étudié qualitativement les messages et les liens les plus partagés.

L'ISD a procédé à une recherche qualitative sur les Reels Instagram en créant un nouveau compte Instagram

conçu pour manifester un intérêt pour les contenus liés à l'avortement. Le compte a liké des hashtags neutres en rapport avec l'avortement et a suivi la page du Planning Familial et de blogueurs traitant de l'avortement. Pendant une semaine, les chercheuses ont parcouru manuellement les Reels Instagram pendant 30 minutes, deux fois par jour, et ont répertorié les recommandations des Reels et les comptes proposés à l'utilisateur.

Afin d'étudier le rôle des algorithmes de recommandation des plateformes, l'ISD a créé trois nouveaux comptes YouTube - deux appartenant à des adultes et un à un mineur - et les a configurés pour manifester un intérêt pour le thème de l'avortement. Deux comptes ont été formatés pour visionner des contenus factuels sur l'avortement ou des séquences d'actualité, tandis qu'un compte a visionné un mélange d'informations factuelles et de contenus hostiles à l'avortement.

Avec le concours du Dewey Square Group, les recommandations algorithmiques pour chaque compte sur la page d'accueil de YouTube ont été répertoriées à intervalles de 15 minutes durant deux semaines. Les chercheuses ont ensuite examiné les vidéos les plus souvent recommandées à chaque compte sur cette période, en analysant qualitativement chaque vidéo sur l'avortement visionnée plus de cinq fois par chaque compte. Pour chaque vidéo, les chercheuses ont déterminé si le contenu était anti-avortement, s'il contenait des informations erronées ou des propos choquants ou dissuasifs.

Enfin, à l'aide de l'Ad Library de Meta, les chercheuses de l'ISD ont recensé les publicités en langue française traitant de l'avortement sur toutes les pages Facebook identifiées dans la première liste de protagonistes compilée ci-dessus, entre mai 2022 et juin 2023. Les chercheuses ont également consulté l'Ad Library de Meta pour repérer les publicités politiques ciblant les utilisateurs français, en utilisant les mots clés « IVG », « avortement », « pro-vie » et « fœtus ». Elles ont identifié 199 publicités pertinentes, qu'elles ont classées en trois catégories : premièrement, le contenu dissuasif (y compris les témoignages) ; deuxièmement, les campagnes de collecte de fonds ou de sensibilisation en faveur d'initiatives et d'organisations de lutte contre l'avortement ; enfin, le militantisme contre l'avortement (manifestations ou rassemblements). Les chercheuses ont également précisé si les publicités comportaient des informations erronées ou des propos choquants.

Examen des politiques existantes des plateformes relatives à l'avortement

Dans les mois qui ont suivi l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade* aux États-Unis, les principales plateformes de réseaux sociaux ont apporté peu de modifications à leurs politiques visant à lutter contre la diffusion de fausses informations et de contenus préjudiciables sur l'avortement. Concrètement, YouTube est la seule plateforme à avoir pris des mesures spécifiques pour y remédier. Les recherches menées par l'ISD et d'autres structures ont révélé que les plateformes ne disposaient pas de réponses politiques satisfaisantes pour combattre la désinformation sur l'avortement. L'ISD a également constaté que la prolifération de ce type de désinformation s'aggravait dans le cas de contenus produits dans d'autres langues que l'anglais.

Près d'un an et demi plus tard, l'absence de politiques claires et la mise en œuvre incohérente par les plateformes de leurs politiques continuent d'affecter non seulement les utilisateurs anglophones, mais aussi les utilisateurs francophones en quête d'informations sur l'avortement. Une vue d'ensemble des politiques des plateformes (Tableau 1 ci-dessous) synthétise les dispositions mises en place actuellement par les plateformes examinées dans ce rapport. Malgré l'existence de ces politiques, les chercheuses ont identifié des contenus qui enfreignent les quelques politiques existantes, noté que certaines plateformes n'appliquaient pas correctement ces politiques (en omettant de supprimer des contenus, en les identifiant de manière inappropriée ou en tirant profit de contenus litigieux) et ont constaté que les algorithmes des plateformes recommandaient à de multiples reprises à leurs utilisateurs des contenus trompeurs sur l'avortement.

Tableau 1 : Vue d'ensemble des politiques des plateformes relatives à l'avortement et à la santé génésique

Politiques	Facebook	Instagram	YouTube	X
La plateforme dispose-t-elle d'une politique claire en matière de mésinformation sur l'avortement ?	Non : Facebook dispose d'une <u>politique</u> relative à la mésinformation en matière de santé qui pourrait « contribuer directement à un préjudice imminent pour la santé et la sécurité publiques », mais ne mentionne pas la santé reproductive.	Non	Oui : en vertu de son <u>Règlement concernant les fausses informations médicales</u> , YouTube interdit les contenus qui « contredisent les recommandations des autorités sanitaires locales ou de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) sur la sécurité de l'avortement médicamenteux et instrumental. » YouTube considère par exemple que les affirmations selon lesquelles « l'avortement provoque le cancer du sein » ou « l'avortement entraîne communément ou comporte un risque élevé de stérilité ou de fausse couche » relèvent de la mésinformation.	Non. X <u>définit</u> la mésinformation comme toutes affirmations « dont il a été confirmé par des experts extérieurs qu'elles sont fausses, ou qui incluent des informations partagées dans le but de semer la confusion ou d'induire en erreur », ce qui pourrait inclure certains types de fausses informations sur l'avortement.
La plateforme dispose-t-elle d'une politique claire interdisant la monétisation de la mésinformation sur l'avortement ?	Non : Meta, entreprise mère de Facebook et d'Instagram, <u>affirme</u> interdire les publicités qui enfreignent les normes de la communauté.	Non : cependant, Instagram <u>interdit</u> la monétisation de contenus comportant des « revendications médicales qui ont été réfutées par une organisation spécialisée. »	Oui : si cela n'est pas spécifiquement mentionné dans les politiques publicitaires, YouTube affirme que toutes les publicités doivent respecter les lignes directrices de la communauté, dont relève la politique en matière de mésinformation médicale.	Non : toutefois, X <u>précise</u> que toutes les publicités doivent être conformes aux politiques de X.
La plateforme dispose-t-elle d'une liste de mesures pour lutter contre les contenus illicites ?	Oui : Meta <u>supprime</u> les contenus promouvant ou préconisant des « remèdes miracles nuisibles pour la santé. » La plateforme <u>signale</u> également certains contenus par des écrans d'avertissement s'ils sont considérés comme contenant de fausses informations ou des images choquantes. Meta dispose aussi d'un <u>système de pénalités</u> pour Instagram et Facebook.	Oui : Instagram ajoute des étiquettes informatives au contenu vérifié et <u>supprime</u> des publications entières si les images ou les légendes ne respectent pas les lignes directrices.	Oui : YouTube <u>ajoutera</u> des panneaux d'information aux vidéos sur l'avortement, a mis en place une politique de pénalités en cas de violation des lignes directrices de la communauté, et <u>interdit</u> les pratiques de santé alternatives « nuisibles », y compris celles liées à l'avortement.	Oui : en fonction du « potentiel de préjudice hors ligne », X <u>limitera</u> l'amplification du contenu ou le supprimera entièrement. X étiquette aussi les contenus nécessitant un contexte supplémentaire (aujourd'hui, principalement par le biais des « notes de la communauté ») et avertit les utilisateurs lorsqu'ils interagissent avec un message trompeur.
Les chercheuses ont-elles identifié des contenus violant apparemment les politiques existantes de la plateforme ?	Oui	Oui	Oui	Non

Analyse

Réseaux anti-avortement sur Facebook et Instagram : les principales communautés

Méthodologie

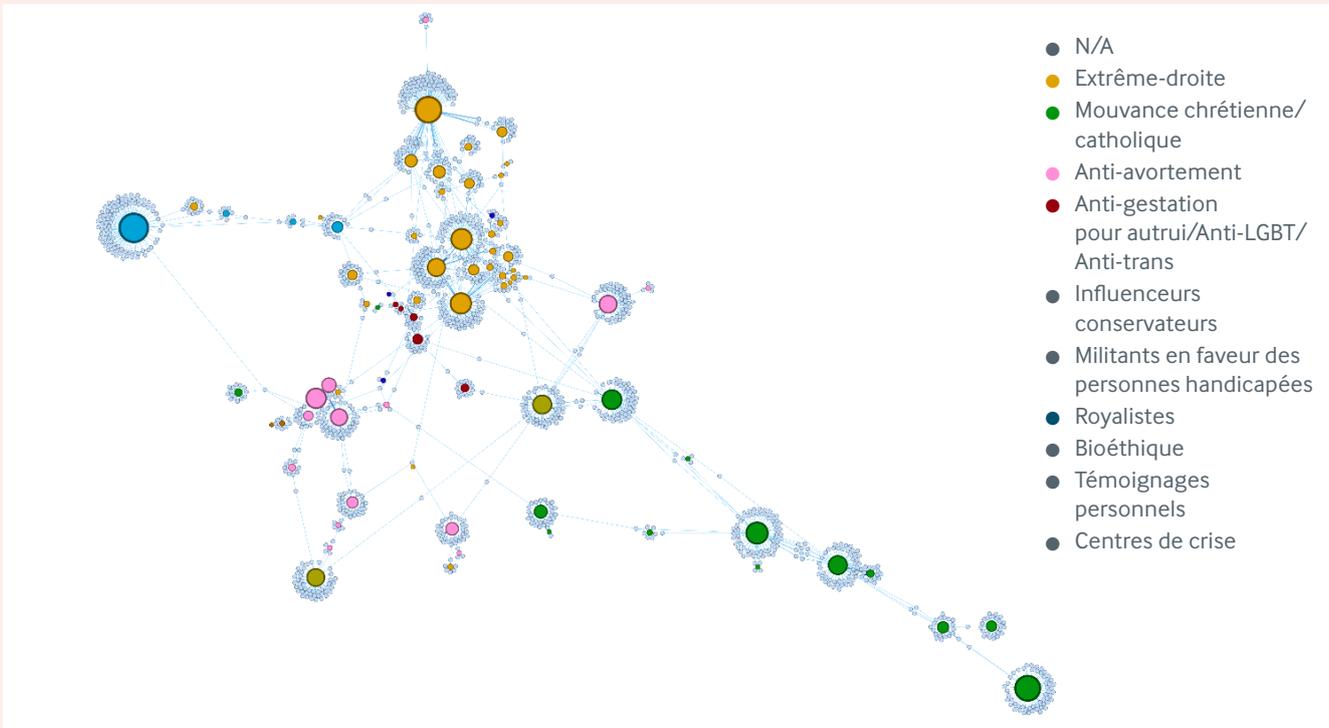
L'ISD a constitué un réseau d'acteurs impliqués dans la diffusion de contenus anti-avortement et clivants liés à l'avortement sur Facebook et Instagram. À cette fin, l'ISD a produit par le biais d'une recherche ouverte sur les réseaux sociaux une liste (seed list) de 78 protagonistes faisant la promotion de ce type de contenus sur Facebook et Instagram. À l'aide de Beam, l'outil interne d'analyse des médias sociaux de l'ISD-CASM, les chercheuses ont identifié les comptes ayant partagé les mêmes liens (URL) au cours de la période étudiée, répertoriant ainsi 500 pages/groupes et comptes supplémentaires pour la période retenue. Ces comptes ont fait l'objet d'une analyse qualitative de pertinence et ont été inclus ou dans le réseau selon leur pertinence. Au total, 169 nouveaux comptes ont été ajoutés au réseau.

Toutes les publications de ces pages, groupes et comptes entre mai 2022 et juillet 2023 ont été recueillies et filtrées à l'aide d'une liste de mots-clés relatifs à l'avortement (voir Annexe B) afin d'identifier les discussions portant sur l'avortement, permettant ainsi d'obtenir un total de 2 210 publications. Les chercheuses ont analysé qualitativement les 100 publications les plus partagées au cours de la période d'étude.

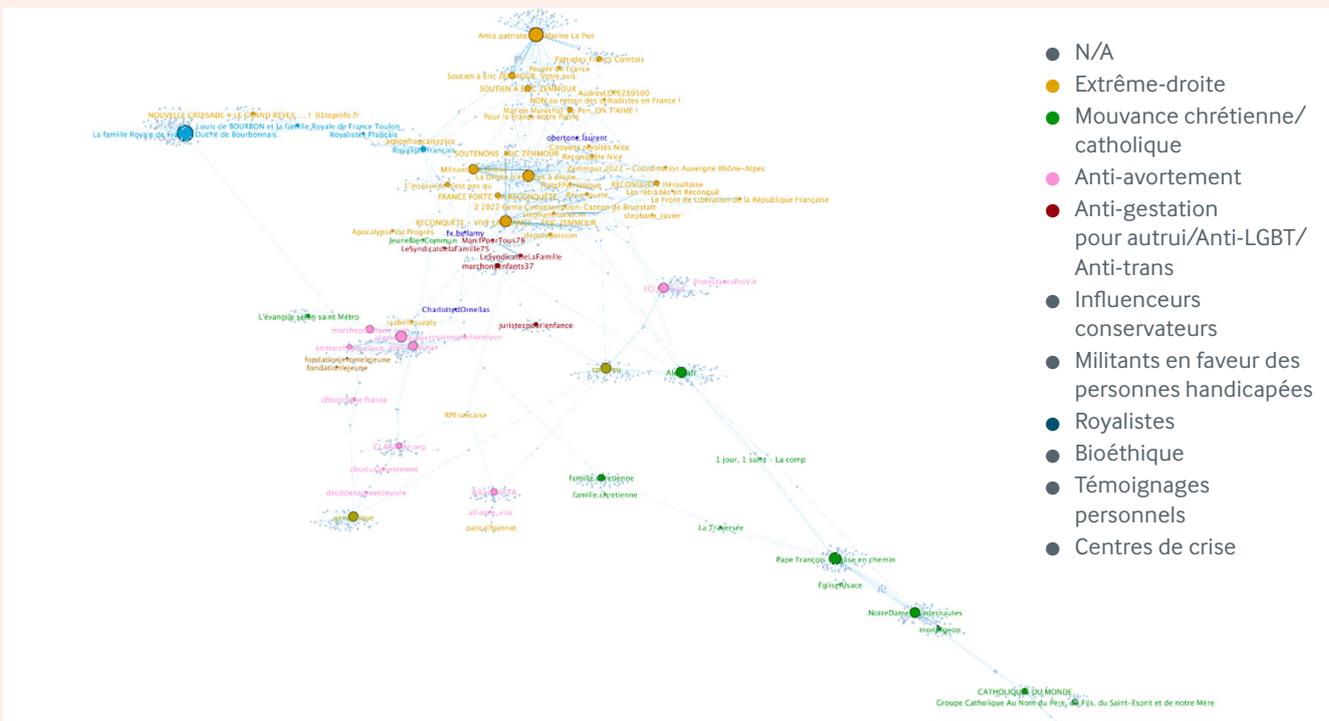
Constatations

Les chercheuses de l'ISD ont produit une cartographie basée sur les interactions entre les comptes ayant produit des contenus anti-avortement au cours de la période étudiée et ont codifié qualitativement ces comptes en fonction des principaux domaines d'intérêt du contenu de leurs publications. Pour ce faire, elles ont examiné le nom du compte, son autodescription (biographie) et un échantillon de 20 publications les plus récentes. Les comptes ont été codifiés selon les catégories suivantes (chaque communauté d'intérêt correspondant à un code couleur spécifique) :

- Extrême-droite : les comptes regroupés dans ces catégories comprenaient des partisans ou des membres déclarés de groupes et de partis politiques d'extrême droite ou des comptes produisant et partageant des contenus correspondant à la définition de l'extrême-droite (voir Glossaire) retenue pour cette recherche ;
- Mouvance chrétienne/catholique : les comptes identifiés comme tels se consacrent principalement à la production de contenus traitant de l'Église catholique ou liés à la chrétienté ;
- Anti-avortement : comptes principalement dédiés au militantisme et à la production de messages anti-avortement ;
- Anti-gestation pour autrui/Anti-LGBT/Anti-trans : comptes principalement opposés à la gestation pour autrui (GPA) et à l'homoparentalité, et véhiculant un ensemble de positions anti-LGBT. Cette catégorie comprend par exemple les comptes dénonçant « la théorie du genre » dans les écoles françaises ;
- Influenceurs conservateurs : personnalités publiques défendant un ensemble de positions conservatrices sur des questions sociétales. Des comptes de journalistes et de commentateurs de premier plan ont été classés dans cette catégorie ;
- Militants en faveur des personnes handicapées : comptes soutenant principalement les droits des personnes handicapées ;
- Royalistes : comptes principalement attachés à soutenir le rétablissement de la monarchie en France ;
- Bioéthique : comptes diffusant des publications sur un ensemble de questions liées à la gestation et à la médecine. Outre l'opposition à l'avortement, ces comptes communiquent fréquemment leur opposition à l'euthanasie, à la gestation pour autrui, à la contraception et à la manipulation d'embryons ;
- Témoignages personnels : comptes dédiés à la diffusion de témoignages de femmes ayant subi un avortement, dans le but affirmé de fournir des points de vue sans filtre sur le sujet. Ces comptes, sans être explicitement anti-avortement, publient exclusivement contenus insistant sur les conséquences potentiellement négatives de l'avortement ;
- Centres de crise : comptes appartenant à des organismes de soutien aux femmes enceintes et aux mères dans le but de réduire le nombre d'avortements pratiqués.



- N/A
- Extrême-droite
- Mouvement chrétien/catholique
- Anti-avortement
- Anti-gestation pour autrui/Anti-LGBT/Anti-trans
- Influenceurs conservateurs
- Militants en faveur des personnes handicapées
- Royalistes
- Bioéthique
- Témoignages personnels
- Centres de crise



- N/A
- Extrême-droite
- Mouvement chrétien/catholique
- Anti-avortement
- Anti-gestation pour autrui/Anti-LGBT/Anti-trans
- Influenceurs conservateurs
- Militants en faveur des personnes handicapées
- Royalistes
- Bioéthique
- Témoignages personnels
- Centres de crise

Illustrations 1 et 2 : cartographie du réseau anti-avortement sur Facebook et Instagram. Dans la première carte, les comptes (nœuds) sont étiquetés avec le nom du compte/de la page, tandis que la deuxième carte présente les comptes sans nom. La taille des nœuds est déterminée par le nombre de liens produits par le compte sur le thème de l'avortement et le nombre de fois ces liens ont été partagés par d'autres membres du réseau.

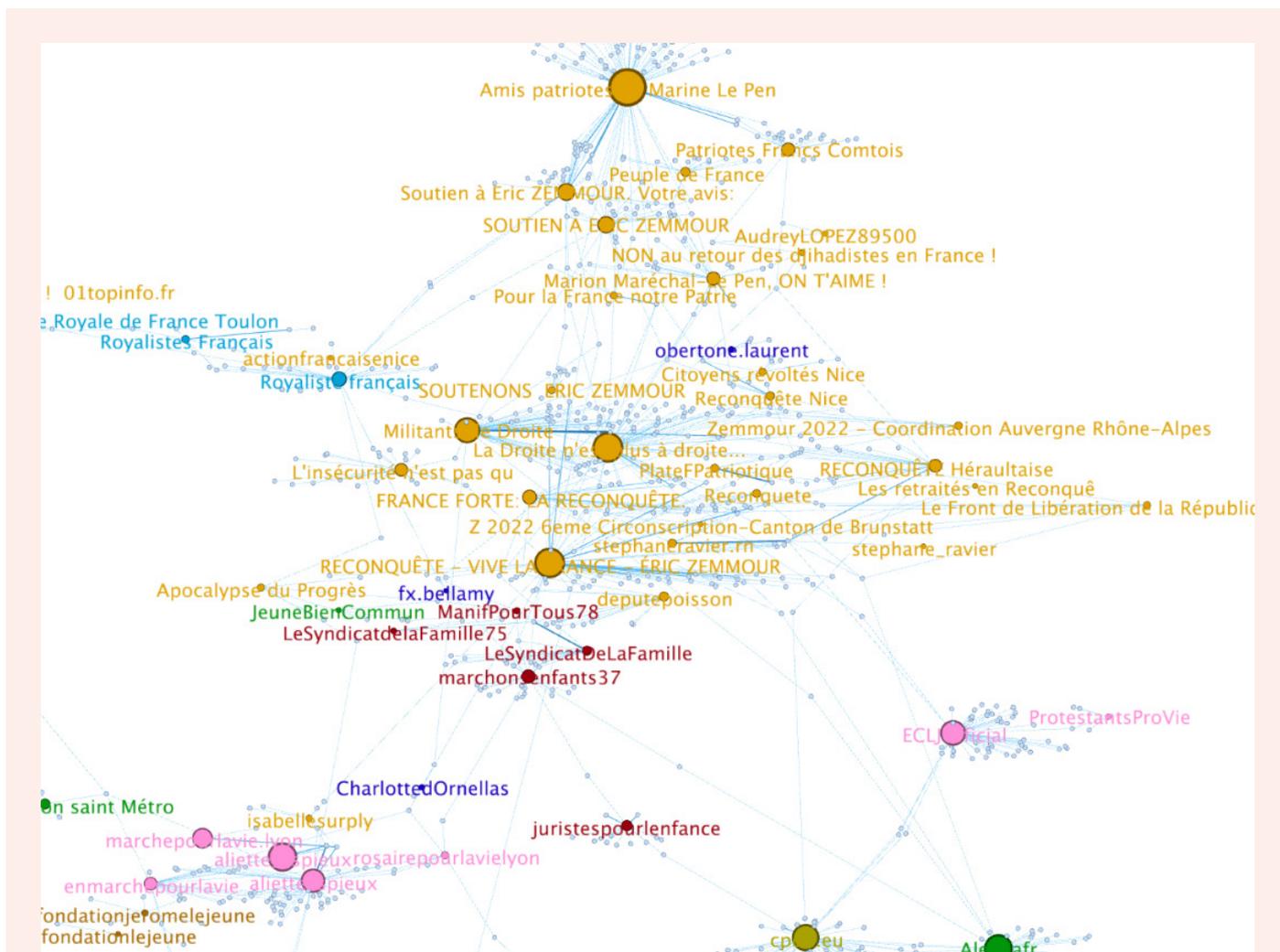


Illustration 3 : vue agrandie du réseau indiquant l'intersection des protagonistes d'extrême-droite (jaune) et anti-avortement (rose).

Les cartes de réseau ci-dessus ont été produites à partir des messages sur l'avortement produits par les membres du réseau, ceux-ci étant regroupés en fonction du type de contenu anti-avortement (URL ou liens) partagé au cours de la période étudiée. Chaque nœud (point) du graphique correspond à un compte (page/groupe Facebook ou compte Instagram) ou à une URL présentant un contenu anti-avortement. La taille des nœuds reflète le nombre de messages sur l'avortement qu'ils ont produits au cours de la période étudiée. Les comptes sont regroupés en fonction du type de messages sur l'avortement qu'ils ont partagés. Les comptes regroupés sont ceux qui ont partagé le plus grand nombre de liens communs.

Les cartes mettent en évidence trois communautés qui semblent étroitement liées : les comptes anti-avortement

(en rose) partagent des contenus similaires à ceux des comptes d'extrême droite (en jaune) et des comptes hostiles à la GPA (en rouge). Les comptes d'extrême droite, les plus nombreux au sein du réseau, constituent donc une communauté clé pour la diffusion et l'amplification de contenus anti-avortement, ainsi qu'une communauté de soutien pour les comptes anti-avortement. Les comptes anti-GPA sont directement liés aux comptes d'extrême droite quant au contenu anti-avortement qu'ils partagent. Ils comprennent notamment plusieurs comptes affiliés à La Manif Pour Tous.

Les comptes liés à la mouvance chrétienne/catholique (verts) et royalistes (bleus) gravitent à la périphérie du réseau et partagent un contenu commun n'ayant qu'un lien minime avec le cœur du réseau, ce qui indique que



IVG : vous hésitez ? Venez en parler !

August 2, 2022 · 🌐

JESSICA .. j'ai subi une IVG il y a 2 ans 1/2. Je n'ai jamais réussi à en parler librement ... j'ai simplement donné ce texte à ma soeur pour avoir une épaule sur laquelle pleurer le reste de ma vie ...

Bonjour marraine, J'espère que tu n'as pas souri en voyant le second mot car je préfère te prévenir tout de suite : maman m'a tué.

Et je te laisse ces quelques lignes pour tout t'expliquer puisque maman doit probablement déjà fondre en larmes.

Je ne sais pas si je dois commencer par t'expliquer le mal qu'elle possède depuis mon départ ou si je te raconte mon histoire.

Mais je pense que je vais être égoïste cette fois, un peu comme elle en fait, et je vais te retracer mon histoire.

Tout a commencé quand maman est allée voir le médecin pour des douleurs aux ovaires. Au lieu de penser à moi elle a directement pensé à l'aggravation de ses kystes découverts l'année dernière.

Avec du recul je pense qu'elle aurait probablement préféré une quelconque maladie, à moi.

Elle avait les épaules pour vaincre n'importe quelle saloperie mais pas pour se battre contre moi.

Seulement après une prise de sang, les résultats sont tombés le vendredi 13 mars. Tu te rends compte, vendredi 13 marraine, à croire que la fin était déjà écrite.

Finalement c'était moi qui faisais mal à maman et à mon grand regret je lui en fais encore. C'est dingue ce retournement de situation, il y a quelques semaines ma présence la blessait, et aujourd'hui c'est mon absence, c'est à ne rien comprendre !

Elle m'a blessé aussi tu sais ? elle s'est permise de me haïr alors que je n'avais rien demandé moi !

Dès qu'elle a appris mon existence elle a été voir mamie en larmes, en hurlant même qu'elle ne m'aimait pas et qu'elle ne me voulait pas.

Nous avons été voir le gynécologue pour que je puisse m'éteindre sans mal. C'était un homme, assez méchant je trouve, sans aucune compassion pour maman et aucun suivi psychologique.

Et Dieu sait qu'elle en aurait eu besoin.

Des composants sont venus me chatouiller et m'envelopper, ils sont venus compresser mon petit cœur pour l'arrêter.

Et c'est le 18 mars 2020 que je me suis éteint, la veille de l'anniversaire de mon cousin Elie.

Maman m'a d'ailleurs expliqué que c'était pour cela qu'elle ne t'avait rien dit. Tu avais tellement de choses en tête, qu'elle voulait simplement que tu profites de ta famille même si elle brisait la sienne au même moment.

Illustration 4 : un exemple de publication largement partagée présentant un contenu choquant et émotionnel éprouvant.

ces communautés autonomes partagent des contenus différents de ceux du noyau dur des militants contre l'avortement. Certains comptes chrétiens (plus proches du centre du réseau) partagent des contenus similaires à ceux des comptes d'extrême-droite et anti-avortement, tandis que les comptes plus éloignés du centre partagent différents types de liens anti-avortement, laissant supposer un moindre degré de proximité avec le cœur du réseau.

Les influenceurs conservateurs du réseau, qui ont un positionnement anti-IVG et conservateur sur d'autres

questions sociétales, occupent une place centrale au sein du réseau. Les contenus qu'ils ont partagés les placent aux côtés de l'une des trois communautés centrales du réseau (extrême droite, anti-avortement, anti-LGBT), indiquant que si ces utilisateurs partagent certains contenus avec les communautés centrales, ils sont également impliqués dans d'autres types de conversations en ligne.

Les comptes anti-avortement ont été divisés en deux groupes principaux, le premier centré sur le militantisme anti-avortement hors ligne et le mouvement de Marche

IVG : vous hésitez ? Venez en parler !
 October 28, 2022 · 🌐

Sabine : Le jour de mes 18 ans, je tombe enceinte sous pilule.
 Le papa (qui avait 21 ans) était super content et voulait absolument que je le garde.
 Pour ma part je ne savais pas trop.
 Nos deux familles l'ont appris, et nous ont clairement dit qu'il fallait que j'avorte sinon on pouvait les oublier.
 J'étais complètement perdu, entre mon père qui me disait "tu avortes ou m'oublie", le mari de ma mère qui me disait "tu le gardes ou tu m'oublies", et ma maman entre les deux qui me disaient qu'elle serait présente quoi que je décide.
 J'ai pris rdv pour avorter, étant complètement perdue.
 Le dimanche je prends le médicament pour aider le foetus a se décrocher en vue d'avorter le mardi matin.
 Le lundi matin je pars à l'internat où je faisais mes études (j'avais pris rdv à l'hôpital dans la ville où j'étudiais).
 Le lundi soir j'appelle ma mère en catastrophe, je lui dis que je ne peux pas avorter, elle vient me chercher et m'emmène chez elle.
 De là, appel de mon père et de la famille du futur papa, où ils hurlent sur ma mère en l'accusant de m'avoir retourné le cerveau.
 Mais je tiens bon.
 Aujourd'hui ce fameux foetus va bien, il a bientôt 13 ans ! Il se porte à merveille malgré le médicament reçu pour l'éjecter.
 Nos deux familles l'adorent malgré le passé.
 Je suis mariée, nous avons acheté une maison, et mon grand a maintenant un petit frère de 4 mois (qui a mis du temps à arriver).
 Écoutez toujours votre instinct, et non ce que l'entourage vous dit, vous êtes maître de votre corps et vos pensées.
 Faites vous confiance.

Marche Pour La Vie
 October 9, 2022 · 🌐

Combien de femmes disent avorter "par amour" ? ❤️
 Aimer ne peut consister à priver son enfant de voir la lumière du jour, de vivre et d'être aimé en acte. Aimer c'est accueillir, aimer c'est tout donner...
 Elles imaginent que leur enfant sera forcément malheureux, qu'elles ne seront pas une bonne mère... Mais qui peut prévoir l'avenir ?
 La qualité d'une vie ne se mesure-t-elle pas à l'amour que l'on donne et que l'on reçoit ?
 Toutes ces mamans voudraient tant aimer !
 Battons-nous pour elles ! Pour qu'elles puissent vivre la plénitude et l'authenticité du verbe aimer.

#paramour #aimernestpastuer #maternite #ouialavie #aimercesttoutdonner #accueillirlavie #enceinte #grossesse #avortement #ivg #img



Alliette Espieux
 May 4, 2022 · 🌐

👊 En France, encourager une femme à ne pas avorter est condamné à 2 ans de prison et à 30 000 euros d'amende. Donc si tu aides une femme en détresse, tu es plus coupable qu'un violeur, et cette fois-ci, tu peux être sûr que toi, au moins tu ne seras pas loupé par la police !
 🗑️ Eh oui, c'est si grave et dangereux d'aider une femme, de la prendre sous ton toit, que le gouvernement préfère écrouer un médecin de 70 ans, comme le docteur Dor, plutôt que le violeur qui a détruit plus de 40 femmes.
 🙌 Ne restons pas silencieux ! Cette pression que nous subissons pour laisser ces enfants mourir ne doit pas nous arrêter, elle doit nous encourager !
 🗣️ Rejoins le camp du courage, rejoins la Génération Pro-Vie !

#noustoutes #plannedparenthood #abortion #onlutteratantquillefaudra #abortionismurder #enmarchepourlavie #babyivesmatter #ONLR #liveaction #generationonlr #avortement #planningfamilial #médecine #generationprovie #feminisme #moncorpsmeschoix #MPLV2022 #feminism #police



Illustrations 5, 6 et 7 : exemples de contenus identifiés comme relevant du cross-posting (167, 53 et 40 fois respectivement). La deuxième publication utilise des hashtags pro-choix à côté d'un message anti-avortement et décrit l'avortement comme le fait de « laisser (des) enfants mourir ». Le troisième message affirme pour sa part qu'« aimer n'est pas tuer », assimilant ainsi l'avortement à une forme de meurtre.



posted a video to [Follow](#)

playlist Radio.
June 27, 2022 ·

Overview Comments

"Contrairement à la France, le sujet de l'avortement est un débat aux États-Unis. Tous les responsables politiques se positionnent sur ce sujet lors des élections. Les juges de la Cour suprême disent que ce n'est pas à eux de régler cette question qui est un débat politique dans le pays."

See less

Most relevant ▾

Le fait même qu'on en discute me paraît choquant, parce que cela signifie qu'à partir du moment où

Illustration 8 : publication déplorant le fait que l'avortement soit considéré comme un « droit » en France et qu'il ne puisse être remis en question.

Famille Chrétienne
June 24, 2022 ·

URGENT - La cour suprême américaine annule l'arrêt Roe vs Wade qui avait légalisé l'avortement en 1973



Aleteia FR
June 26, 2022 ·

"En choisissant la vie, c'est notre responsabilité pour l'avenir de l'humanité qui est en jeu", assure le 24 juin 2022 Mgr Vincenzo Paglia, président de l'Académie pontificale pour la Vie, quelques heures après la décision de la Cour suprême américaine d'annuler l'arrêt Roe vs Wade qui avait légalisé en 1973 l'avortement sur l'ensemble du territoire des États-Unis.



Illustrations 10 et 11 : publications favorables à l'annulation de l'arrêt Roe v. Wade.

Aleteia FR
October 14, 2022 ·

La Cour européenne des droits de l'homme a condamné mardi 11 octobre la France à verser des dommages et intérêts à une ex-Femen qui s'était affichée seins nus dans l'église de la Madeleine à Paris en 2013, avant de mimer l'avortement de Jésus et d'uriner sur les marches de l'autel.



FR.ALETEIA.ORG
La CEDH estime que simuler l'avortement de Jésus dans une église relève de la liberté d'expression

Illustration 9 : publication sur la décision de la CEDH concernant la manifestation des Femen en faveur de l'avortement.

pour la vie, et le second lié au Centre européen pour le droit et la justice (ECLJ), qui se décrit comme une association de « protection des droits de l'homme » et entretien des [liens](#) avec Ordo Iuris, un réseau transnational qui œuvre à limiter les droits reproductifs. Le réseau compte également d'autres acteurs à vocation juridique, dont Juristes pour l'Enfance.

Pour mieux cerner le type de contenus produits par le réseau, l'ISD a étudié les publications de ces protagonistes contenant des mots-clés liés à l'avortement et aux droits reproductifs. Les 100 messages les plus partagés sur l'avortement produits par le réseau au cours de la période étudiée ont été analysés manuellement. Ces 100 messages ont été produits par 19 pages au total, ce qui indique qu'un petit nombre de pages et de groupes actifs communiquent activement sur la question, bénéficiant ainsi d'une forte traction au sein du réseau.

Près d'un tiers des publications provenaient de la page Facebook IVG : Vous hésitez ? Venez en parler !, une page

Facebook anti-avortement liée au [site Internet anti-IVG ivg.net](#) et spécialisée dans la publication de témoignages vidéo de femmes ayant vécu de mauvaises expériences lors d'un avortement ou ayant choisi de ne pas mettre un terme à leur grossesse.³

Les publications de cette page consistent en une série de témoignages individuels utilisant divers procédés narratifs visant à dissuader les internautes d'avoir recours à l'avortement. L'avortement est décrit comme physiquement et émotionnellement douloureux, décrits en détails choquants et faisant état de cas présumés de cruauté et de manque de bienveillance de la part des médecins et des professionnels de santé pratiquant des avortements. Certaines publications comparent explicitement l'avortement à un meurtre, comme en témoigne la publication ci-dessous, rédigée à la première personne par un bébé imaginaire.

L'ISD a identifié plusieurs publications anti-avortement dont le même texte avait été copié-collé un très grand nombre de fois (un phénomène connu sous le nom de



Marche Pour La Vie
May 21, 2022 · 🌐

Un Évêque américain interdit l'accès à la Communion à Nancy Pelosi, pro-avortement.

"Après de nombreuses tentatives de parler avec elle pour l'aider à comprendre le mal grave qu'elle perpétue, le scandale qu'elle cause et le danger qu'elle risque pour sa propre âme."

"Vous ne devez pas vous présenter pour (recevoir) la Sainte-Communion et, si cela devait arriver, vous ne devrez pas être admise pour la Sainte-Communion, jusqu'à ce que vous répudiez publiquement votre défense de la légitimité de l'avortement, et que vous vous confessiez et receviez l'absolution pour ce grave péché", écrit l'archevêque américain Monseigneur Salvatore Cordileone dans sa lettre datée du jeudi 20 mai destinée à la haute responsable démocrate.

Invoquant la position de l'Eglise Catholique sur la question de l'avortement, Mgr Cordileone indique dans sa lettre avoir déjà prévenu Nancy Pelosi, élue de Californie depuis des décennies, de cette mesure en avril 2022 si elle ne désavouait pas publiquement les "droit à l'avortement".

L'archevêque demande également "à tous les fidèles de l'archidiocèse de San Francisco de prier pour tous nos élus, particulièrement les élus catholiques" qui font la promotion des droits à l'avortement, afin qu'ils changent d'avis "sur cette question de la plus grande gravité".

Illustration 12 : exemple de publications rapportant des commentaires anti-avortement de la hiérarchie catholique.

cross-posting, une violation potentielle de la [politique de Meta en matière de spam](#) et généralement le signe d'une activité automatisée ou coordonnée). Parmi les 100 publications les plus partagées, 24 publications d'Aliette Espieux, porte-parole de la Marche pour la vie, sept publications de la page IVG vous hésitez, et de nombreuses publications de pages affiliées à Marche Pour La Vie étaient de ce type. La forte proportion de cross-posting parmi les pages anti-avortement semble suggérer une forme d'amplification automatisée des contenus anti-avortement sur la plateforme.

Parmi les autres pages et groupes clés contribuant à la production des messages les plus partagés figurent des pages d'influenceurs conservateurs. Les publications de ces acteurs se concentrent rarement uniquement sur l'avortement, associant plutôt l'avortement à d'autres « problèmes » sociétaux tels que les méthodes de procréation assistée, les droits des personnes LGBTQ+ et la prétendue diffusion de l'« idéologie du genre » dans les écoles françaises. Les publications expriment leur opposition à l'avortement en tant que « droit » et déplorent sa banalisation présumée. Ces comptes se positionnent ainsi dans une rhétorique de « guerre culturelle » et présentent l'avortement comme l'une des manifestations prétendues de la destruction de la famille et des rôles hommes-femmes traditionnels.

Plusieurs événements importants ont été évoqués dans les principales publications, notamment l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade* aux États-Unis et un arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) [rendu](#) à la suite d'une manifestation du groupe « Femen » au cours de laquelle une militante a interrompu une messe catholique et simulé l'avortement de Jésus sur l'autel de l'église en signe de protestation contre la position de l'Église catholique sur l'avortement. La CEDH a statué que la peine d'emprisonnement reçue violait ses droits.

Concernant les principales publications au sujet de l'arrêt *Roe v. Wade*, soit elles saluent son annulation - la qualifiant de « moment historique », soit elles déplorent un prétendu risque de représailles à l'encontre des militants pro-vie.

Des pages à caractère religieux et « pro-vie » soulignent divers commentaires du pape et de responsables catholiques s'opposant à l'avortement pour des raisons religieuses, reprenant certaines déclarations spécifiques

en rapport avec l'actualité. À titre d'exemple, la publication ci-dessous de la Marche Pour La Vie relaye les propos d'un évêque américain sur l'ancienne présidente de la Chambre des représentants Nancy Pelosi, qui aurait communiqué en dépit de son soutien au droit à l'avortement.

Débat anti-avortement sur X : Principaux discours et tendances

Méthodologie

L'ISD a produit une liste de comptes sur X et a procédé à une expansion de réseau via l'outil Brandwatch en identifiant des comptes qui partagent les mêmes liens que les comptes de départ. Les publications sur l'avortement produites par le réseau ont ensuite été filtrées à l'aide d'une liste de mots-clés associés à l'IVG. Au total, les chercheuses ont ainsi répertorié 7,306 messages produits par le réseau au cours de la période étudiée, et ont procédé à une analyse qualitative des 100 publications les plus partagées (à l'exclusion des retweets) afin d'identifier les principaux sujets de conversation.

Constatations

Les chercheuses ont identifié deux pics majeurs de discussion sur l'avortement sur X au cours de la période d'étude. Tout d'abord, le 25 juin 2022, au lendemain de l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade*, puis le 24 novembre 2022, date à laquelle l'Assemblée nationale française a voté en faveur de l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution.

Ces deux événements figurent en bonne place parmi les contenus les plus populaires sur l'ensemble de la période étudiée. À la suite de l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade*, plusieurs publications largement partagées par des groupes anti-avortement et des influenceurs ont salué cette décision et enjoint la France à suivre la même voie, et à ne pas considérer l'avortement comme un droit fondamental et irréversible. Tout au long de la période étudiée, les contenus dominants comprenaient plusieurs publications s'opposant à l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution, une proposition législative initialement présentée par une coalition de plus de 100 sénateurs en septembre 2022.

Si les principales publications sur l'avortement reprennent une rhétorique anti-IVG explicite (par ex. en qualifiant le droit à l'avortement de « drame »), l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution a également été un sujet de mobilisation majeur, cette mesure étant présentée comme inutile, absurde et inadaptée au contexte politique français.

Les contenus les plus partagés comportaient de nombreux exemples d'informations erronées. Parmi celles-ci figuraient

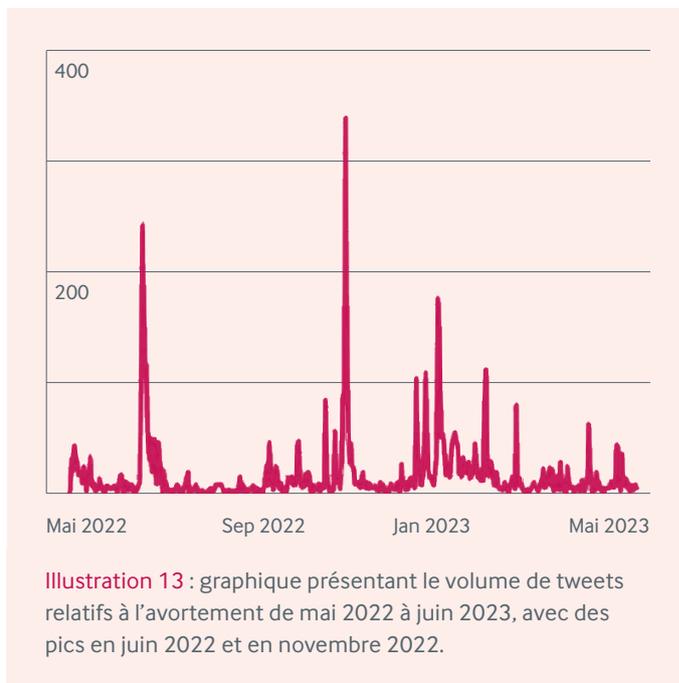




Illustration 15 : tweet s'opposant à l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution et qualifiant l'avortement de « drame ».



Illustrations 16 et 17 : tweet de Généthique trompant ses followers sur les recommandations de l'OMS et tweet d'Alliance Vita visant à démentir les données de l'OMS qui affirment que réduire l'accès à l'avortement n'entraîne pas une diminution du nombre d'avortements pratiqués.

notamment des affirmations contredisant les données fournies par des organismes de santé internationaux, dont l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Ainsi, une publication de l'organisation Généthique affirmait que les nouvelles directives relatives à l'avortement publiées par l'OMS en 2022 soutenaient l'accès illimité à l'avortement « à la demande » jusqu'à la naissance, une interprétation erronée des recommandations de l'OMS, lesquelles portent sur l'amélioration de la qualité des soins offerts aux femmes exposées à des complications de grossesse (dues à un manque d'accès au soin, à des politiques restrictives, à des conditions dangereuses, etc.)⁴. De même, une autre publication de l'organisation anti-IVG Alliance VITA affirme que les données de l'OMS indiquant que la réduction des droits à l'avortement ne conduit pas à une diminution du nombre d'avortements sont en réalité inexacts.⁵

Parmi les dix liens les plus partagés par le réseau figurent une tribune de la responsable politique d'extrême-droite Marion Maréchal dans Le Figaro (datée du 23 novembre 2022), qui se prononce contre la proposition

de constitutionalisation, et [un article](#) du militant anti-avortement Grégor Puppincq dans l'hebdomadaire Valeurs Actuelles. Si ces articles peuvent rentrer dans le cadre d'un débat public légitime, ils illustrent la façon dont les militants anti-IVG instrumentalisent le débat sur la question et galvanisent les opposants à la proposition. Un sondage réalisé par l'IFOP en juillet 2022 [a par ailleurs révélé](#) que plus de 80 % des citoyens français sont favorables à l'inscription du droit à l'avortement dans la Constitution.

Enfin, les chercheuses ont constaté que les discours anti-avortement s'appuient essentiellement sur des chiffres non officiels ou décontextualisés sur le nombre d'avortements pratiqués chaque année en France et dans le monde pour insinuer que les avortements sont en hausse ou que cette procédure est prétendument banalisée.

La page nombre-avortement.fr a été l'URL la plus partagée au cours de la période étudiée, avec plus de 200 mentions. Cette page, qui affirme documenter le nombre d'avortements pratiqués chaque année en France, se présente comme une source de statistiques factuelles sur les chiffres relatifs à l'avortement. Tout en affirmant présenter des chiffres provenant de sources gouvernementales officielles, ce site privilégie la diffusion de chiffres sur l'augmentation du nombre d'avortements (ex : parmi certaines catégories de femmes) pour offrir l'image d'une banalisation de la procédure. Sans pour autant diffuser ouvertement de fausses informations, la page publie des messages explicitement anti-avortement sur ses différents réseaux sociaux, manipule les faits pour les dénaturer et cherche à [présenter](#) le développement de l'accès à l'avortement comme un problème de société.⁶

 ECLJ - European Centre for Law & Justice
@ECLJ_Official

Le [#RoyaumeUni](#) a passé le cap des 10 millions d'avortements depuis la légalisation de l' [#IVG](#) en 1967. Une grossesse sur quatre se termine par un avortement. Soit un bébé avorté toute les deux minutes et trente secondes...

[Translate post](#)



 nombre-avortement.fr
@nombreavg

Quand il s'agit de Pierre Palmade, on parle – à la une des journaux – de « bébé ».

Mais quand il s'agit d'un avortement toutes les 142 secondes en France, on parle d'amas de cellules, d'embryon.

C'est un peu comme ça les arrange, en fait...

[Translate post](#)



Illustrations 18 et 19 : tweet mentionnant un article issu du magazine chrétien HEART qui présente de manière décontextualisée et sensationnaliste le nombre supposé d'avortements pratiqués au Royaume-Uni. Tweet affirmant qu'un avortement est pratiqué toutes les 142 secondes en France.

Recommandations algorithmiques et contenus anti-avortement : suivi de l'algorithme de YouTube

Méthodologie

Selon YouTube, les algorithmes de recommandation sur la plateforme déterminent 70 % de toutes les vidéos visionnées⁷, indiquant que la majorité du contenu visionné sur la plateforme est consommée par des utilisateurs ne l'ayant pas forcément recherché. L'ISD a cherché à mieux comprendre le type de contenu que les algorithmes de YouTube pourraient recommander aux internautes cherchant des informations relatives à l'avortement. Plus précisément, l'objectif de cette étude était de comprendre quel type de contenu relatif à l'IVG les algorithmes de YouTube recommandent aux femmes vivant en France et en âge de procréer, qui sont la cible privilégiée des militants anti-avortement dans le pays.

Trois comptes YouTube ont été créés aux fins de l'analyse, et ce afin d'apporter des réponses à des questions spécifiques. Ces trois comptes YouTube ont été configurés comme appartenant à femmes résidant en France, d'âges et de sensibilités politiques différents. Les trois comptes ont été formatés pour manifester un intérêt pour les contenus liés à l'avortement.

- Profil 1 : femme (26 ans), résidant en France, sans affiliation politique marquée et intéressée par le sujet de l'avortement. Le compte est abonné à cinq chaînes de journaux et de médias de centre-gauche et de centre-droit. Le compte a visionné 50 vidéos YouTube sur l'avortement (y compris des séquences d'information sur l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade*) réalisées par des médias grand public, des fact-checkers et des chaînes médicales.
- Profil 2 : adolescente (16 ans), résidant en France, sans affiliation politique marquée et intéressée par le sujet de l'avortement. Le compte est abonné à cinq chaînes YouTube de divertissement ciblant un public adolescent. Le compte a visionné les mêmes 50 vidéos que le Profil 1.
- Profil 3 : femme (25 ans), résidant en France, aux opinions politiques conservatrices et intéressée par le sujet de l'avortement, y compris les positions anti-avortement. Le compte a visionné 25 des mêmes vidéos que les comptes ci-dessus et 25 vidéos présentant un contenu anti-avortement

ou un contenu pouvant être considéré comme dissuasif. Parmi celles-ci figuraient des vidéos présentant des témoignages de personnes ayant subi un avortement et de leurs proches.

Les comptes YouTube étant connectés à Google, de nouveaux comptes Google ont été créés pour ce projet, en géolocalisant les profils en France au moyen d'un VPN. Les comptes Google/YouTube créés pour les adolescents n'ont pas eu besoin de l'approbation d'un parent ou d'un tuteur avant d'être configurés. Les comptes ont visionné 50 vidéos sur l'avortement dans leur intégralité (comme indiqué ci-dessus) sur une période d'une semaine. Au cours de la semaine suivante, les chercheuses ont recueilli les recommandations de l'algorithme de YouTube toutes les 15 minutes sur la page d'accueil de YouTube pendant deux semaines. Elles ont ainsi obtenu les informations suivantes :

- Le nombre de vidéos recommandées à chaque utilisateur au cours de la période étudiée ;
- Le nombre de fois que chaque vidéo a été recommandée au profil.

Les chercheuses ont examiné toutes les vidéos recommandées et constitué une base de données de ces vidéos. Toutes les vidéos sur l'avortement ayant été visionnées plus de cinq fois ont fait l'objet d'une analyse qualitative. Les chercheuses ont classé chacune des vidéos en fonction des critères suivants :

- Présente-t-elle un contenu anti-avortement ?
- Présente-t-elle de fausses informations sur l'avortement ?
- Présente-t-elle un contenu choquant ?
- Présente-t-elle un contenu dissuasif ?

Les vidéos classées comme anti-avortement comportent des témoignages clairement opposés à l'avortement, mais les chercheuses ont également identifié un large éventail de contenus préjudiciables représentant l'avortement de manière erronée ou tenant des propos choquants, trompeurs et dissuasifs. Ces contenus incluent des témoignages individuels et des talk-shows où des invités décrivant en détail les effets secondaires négatifs, physiques

et psychologiques, d'un avortement. Sans contextualisation, de tels témoignages peuvent avoir un effet dissuasif.

Tableau 2 : synthèse des types de contenus recommandés à chaque utilisatrice de YouTube.

	Profil 1	Profil 2	Profil 3
Vidéos anti-avortement	6 (10,3%)	5 (10,6%)	9 (17,6%)
Mésinformation	3 (5,2%)	4 (8,5%)	3 (5,9%)
Contenu choquant	3 (5,2%)	3 (6,4%)	4 (7,8%)
Contenu dissuasif	12 (20,7%)	13 (27,7%)	16 (31,4%)
Total des vidéos sur l'avortement	58	47	51

Constatations

L'algorithme de YouTube a recommandé des contenus anti-avortement, de la mésinformation, des contenus choquants et dissuasifs aux trois comptes créés pour les besoins de la recherche.

Les deux utilisatrices adultes et l'utilisatrice mineure se sont vu recommander deux des mêmes vidéos, dont une émanant de la chaîne Réinformation TV, qui présentent des témoignages personnels de femmes évoquant l'avortement comme un traumatisme et le comparant au meurtre. Les deux comptes adultes se sont vu recommander la première vidéo 15 fois, bien que le second compte n'ait visionné aucun contenu anti-avortement au stade de la configuration.

Les deux comptes des utilisatrices adultes se sont vu recommander des vidéos publiées par des médias et groupes anti-IVG, ainsi que par des organisations chrétiennes connues pour leurs positions hostiles à l'avortement. Une vidéo de KTO TV, censée aborder la manière dont l'Église peut aider les couples à faire un choix concernant l'avortement, présentant le témoignage d'un couple ayant choisi de ne pas avorter, a été recommandée à l'utilisatrice anti-avortement et à l'utilisatrice neutre respectivement 13 et 10 fois. Une autre vidéo d'Alliance VITA, présentant des micros-trottoirs avec des hommes décrivant tous l'avortement comme un traumatisme ou le dépeignant de manière négative, a été recommandée respectivement 27 et 9 fois à chacun de ces comptes.

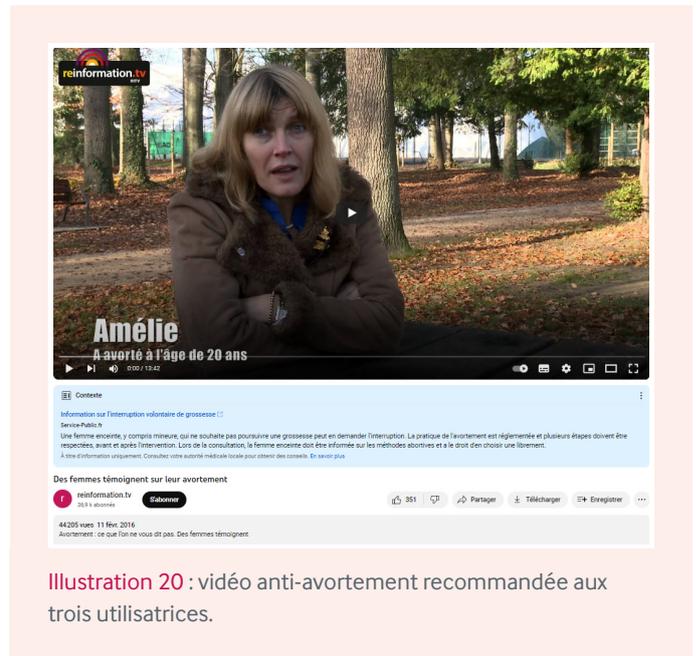


Illustration 20 : vidéo anti-avortement recommandée aux trois utilisatrices.



Illustrations 21 et 22 : vidéos anti-avortement d'Alliance VITA et de KTO TV recommandées aux deux utilisatrices adultes.

Les titres des deux vidéos sont en apparence neutre, et ces vidéos n'apparaissent pas d'emblée comme des vidéos anti-avortement. Les vidéos d'Alliance VITA adoptent le format du micro-trottoir et se présentent comme une discussion ouverte et sans filtre sur l'avortement, bien qu'aucun des intervenants ne soit en faveur de l'avortement.

Le compte qui avait manifesté un intérêt pour les contenus anti-IVG s'est vu recommander des vidéos hostiles à l'avortement produites par Academia Christiana, Alliance VITA, une chaîne catholique diffusant des vidéos de prières (les vidéos recommandées étaient des prières « pour la vie » et contre l'avortement) et une chaîne spécialisée dans la diffusion d'actualités sur le Vatican. Outre les vidéos de KTO TV et d'Alliance VITA, l'utilisatrice n'ayant pas exprimé d'intérêt pour les contenus anti-avortement s'est également vu recommander une vidéo d'une chaîne chrétienne dans laquelle une pasteur raconte comment elle a trouvé la foi après avoir subi trois avortements.

La vidéo d'Academia Christiana recommandée au compte ayant visionné des vidéos anti-avortement présente une intervention d'Aliette Espieux qui présente le processus d'avortement de manière choquante et trompeuse. Dans la vidéo en question, Espieux affirme que les femmes qui subissent un avortement médical peuvent en inverser les effets en prenant une pilule de progestérone, une méthode non prouvée scientifiquement et nocive et décrit l'avortement chirurgical comme un processus consistant à « aspirer un enfant membre par membre ». La vidéo n'était pas accompagnée d'un panneau d'information, que YouTube assure adjoindre à toutes les vidéos traitant de l'avortement.

Les deux utilisatrices se sont vu recommander davantage de contenus dissuasifs, notamment sous la forme d'émissions-débat où les invités témoignent de leur expérience de l'avortement, en mettant l'accent sur les effets psychologiques et physiques négatifs de l'avortement. Bien que n'étant pas classées comme anti-avortement et n'étant pas toutes nécessairement anti-avortement, ce type de vidéos YouTube contenant des extraits de ces émissions télévisées soulignent les expériences négatives de l'avortement, ce qui peut avoir un effet dissuasif sur les internautes auxquels elles sont recommandées.

On notera également que plus d'un tiers des vidéos recommandées à l'utilisatrice mineure, qui n'avait pas visionné de vidéos anti-avortement, comportaient un

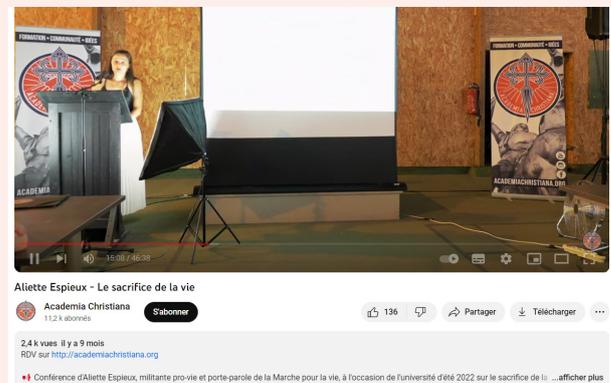


Illustration 23 : vidéo de l'intervention d'Aliette Espieux.



Illustration 24 : exemple de vidéo présentant des témoignages dissuasifs.



Illustrations 24 et 25 : exemples de vidéos présentant des témoignages dissuasifs.

contenu dissuasif et des témoignages personnels décrivant les conséquences négatives d'un avortement, comme en témoignent les titres des vidéos ci-dessous par exemple.

L'utilisatrice mineure s'est vu recommander deux vidéos anti-avortement de la chaîne KTO TV (y compris celle recommandée aux utilisatrices adultes), la vidéo de Réinformation TV, deux vidéos anti-avortement de la chaîne chrétienne EMCI TV et une vidéo de prières « pour la vie » produite par une autre chaîne chrétienne. La vidéo d'EMCI TV, sous format d'une émission débat qui se présente comme bienveillante et « sans tabou », véhicule un discours anti-avortement.

L'une des vidéos, intitulée « Existe-t-il des alternatives à l'avortement ? », met en scène une intervenante qui plaide en faveur du fait de continuer une grossesse, y compris en cas de viol ou d'inceste, tandis que la seconde vidéo intitulée « Comment se déroule un avortement et ses conséquences » met en scène la même intervenante tenant des propos erronés et visant à choquer. L'avortement est ainsi décrit comme un acte cruel (au cours duquel l'embryon est aspiré par un « aspirateur dix fois plus puissant qu'un aspirateur domestique » et le « cerveau du bébé » est écrasé).

En outre, l'algorithme de YouTube a recommandé une vidéo (à cinq reprises) dépourvue de contenu anti-avortement, mais préconisant des remèdes homéopathiques pour soulager les douleurs liées à l'avortement, un traitement n'ayant fait l'objet d'aucun contrôle médical.

Comme ce rapport l'a déjà souligné, à la suite de l'annulation de l'arrêt *Roe v. Wade* aux États-Unis et à la prolifération de fausses informations sur l'avortement, YouTube a [promis](#) des sanctions contre les vidéos faisant la promotion de méthodes d'avortement dangereuses ou propageant de fausses affirmations sur la sécurité des procédures d'avortement. Dans cette même annonce, l'entreprise a [précisé](#) qu'elle ajouterait un « panneau d'information » sur toute vidéo portant sur l'avortement pour orienter les internautes vers les sites d'institutions médicales officielles pertinentes pour le pays.

En étudiant les vidéos recommandées, les chercheuses ont pu constater que le panneau était rarement appliqué aux vidéos concernées. Aucune des 15 vidéos anti-avortement ou dissuasives recommandées à l'utilisatrice mineure n'était accompagnée de panneaux d'information. Ce nombre est plus faible pour les utilisatrices adultes : 10 pour l'utilisatrice du Profil 1 et 7 pour le Profil 3. Le seuil fixé par YouTube pour imposer un panneau d'information n'est pas clairement défini, mais au vu du contenu choquant et souvent trompeur de toutes ces vidéos, elles auraient dû être correctement signalées.

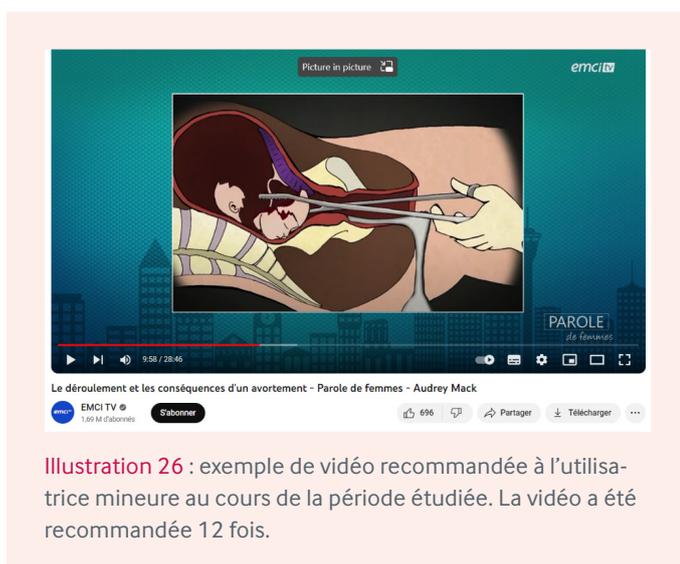


Illustration 26 : exemple de vidéo recommandée à l'utilisatrice mineure au cours de la période étudiée. La vidéo a été recommandée 12 fois.

Fonctionnalités des plateformes au service des discours anti-avortement : l'exemple des Reels sur Instagram

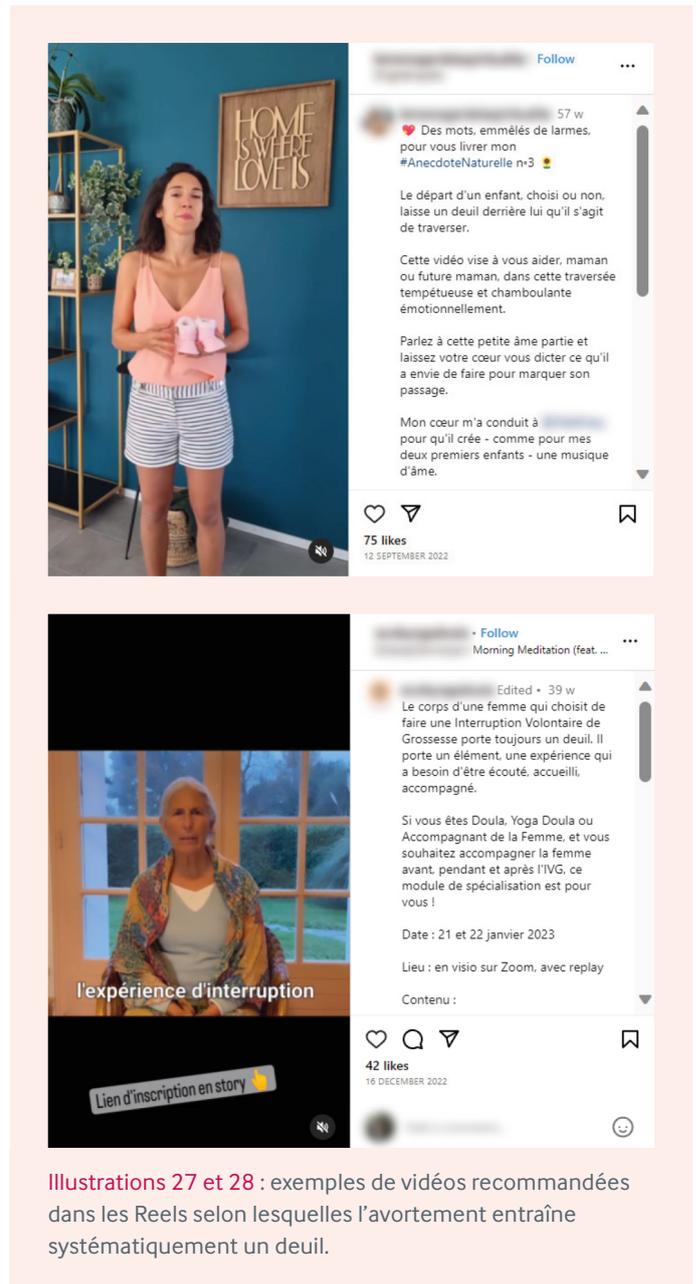
Méthodologie

Les chercheuses ont voulu comprendre comment certaines fonctionnalités spécifiques de la plateforme, y compris celles récemment introduites, pouvaient contribuer à orienter les discussions sur l'avortement. Lancés en 2020, les Reels d'Instagram sont de courts clips vidéo. En juillet 2021, Instagram a annoncé vouloir investir 1 milliard de dollars en faveur des créateurs de Reels. Cependant, le type de contenu recommandé par ces fonctionnalités et la manière dont elles peuvent influencer sur les fils d'actualité des utilisateurs restent encore mal compris.

Pour mieux cerner les contenus relatifs à l'avortement susceptibles d'être recommandés aux internautes en France, les chercheuses de l'ISD ont procédé à une analyse qualitative sur Instagram. Pour ce faire, elles ont ouvert un nouveau compte Instagram géolocalisé en France, paramétré comme appartenant à une femme âgée de 18 à 25 ans et configuré de manière à manifester un intérêt pour les contenus liés à l'avortement. Le compte a suivi la page Instagram du Planning Familial, deux hashtags liés à l'avortement (#avortement et #IVG) et cinq comptes d'influenceurs ayant évoqué leur expérience de l'avortement en ligne de manière non dissuasive. Ces comptes ne suivaient aucun compte anti-avortement.

Une semaine durant, les chercheuses ont parcouru les Reels Instagram pendant 30 minutes, deux fois par jour. Cette opération a été réalisée à l'aide d'un VPN, en veillant à maintenir une géolocalisation cohérente. Les chercheuses ont liké tous les Reels mentionnant l'avortement, la grossesse et la parentalité. Après une pause de deux jours la semaine suivante, les chercheuses ont sélectionné les 50 premiers posts mentionnant l'avortement figurant dans le fil Instagram principal de l'utilisatrice.

En recherchant des mots-clés liés à l'avortement (#IVG et #avortement), elles ont également sélectionné les 50 premiers Reels relatifs à l'avortement figurant dans la barre de recherche de la plateforme. Afin de disposer d'un aperçu plus général du type de contenus recommandés par les Reels, les chercheuses ont fait défiler les Reels pendant une heure et ont identifié les comptes Instagram les plus fréquemment recommandés.



Illustrations 27 et 28 : exemples de vidéos recommandées dans les Reels selon lesquelles l'avortement entraîne systématiquement un deuil.

Constatations

Les chercheuses ont constaté que les Reels recommandés à la suite d'une recherche par mots clés sur l'avortement étaient principalement des séquences d'actualités émanant de grands médias, ou des vidéos favorables à l'avortement réalisées par des personnes se présentant comme sage-femmes ou professionnels de santé. Cependant, parmi les 50 Reels consacrés à l'avortement et recommandés aux utilisatrices sur le fil d'accueil, un cinquième présentait un contenu dissuasif ou potentiellement trompeur.



Illustration 29 : exemple de contenu produit par la page « et si on parlait avortement ? »

Ainsi, plusieurs messages ont été publiés par des comptes se présentant comme experts en matière de deuil périnatal, tels que des comptes appartenant à des doules (accompagnantes à la naissance assurant un soutien aux femmes enceintes et en phase d'accouchement) et à des professeurs de yoga. Ces comptes affirment que l'avortement est toujours, par définition, un événement traumatisant et proposent des rituels pour surmonter cette épreuve. Bien qu'elles ne soient pas intentionnellement préjudiciables ou trompeuses, ces vidéos, qui vantent divers services tels que le coaching et la méditation, contribuent à une représentation biaisée de l'avortement dès lors qu'elles sont recommandées aux utilisateurs.

Les Reels recommandés incluaient également des contenus dissuasifs produits par des pages anti-avortement et ou des comptes qui se présentent comme des espaces de discussion neutres, mais ont un biais anti-avortement clair, et donnent la parole à des personnalités connues pour leur opposition à l'avortement. L'un des Reels appartenait ainsi au compte Instagram et si on parlait avortement ? qui se présente comme « dénuée de tout jugement » et favorable au droit des femmes à choisir.

Un examen plus détaillé de la page révèle cependant que celle-ci a recours à une série de techniques visant à masquer ses propos anti-avortement, notamment l'utilisation de hashtags pro-avortement et d'images qui utilisent des messages en apparence favorables à l'avortement mais dont le texte se révèle ensuite être anti-avortement.

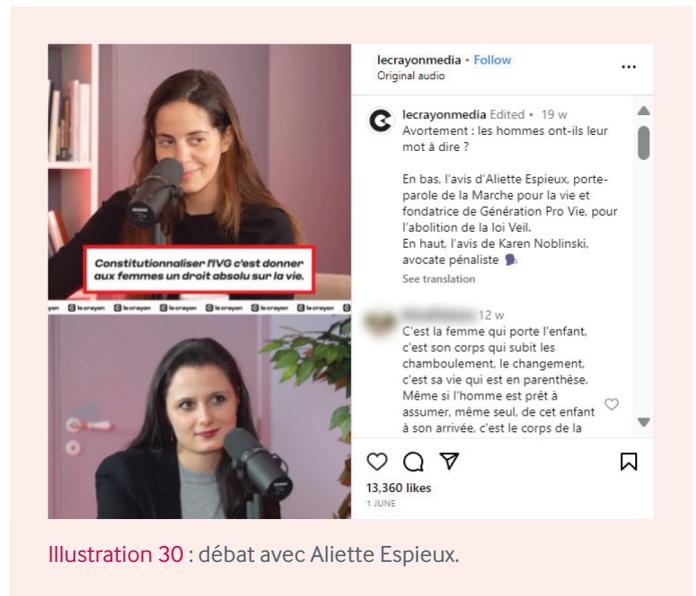


Illustration 30 : débat avec Aliette Espieux.

D'autres Reels recommandés comprenaient par exemple un débat sur la chaîne Le Crayon, qui se présente comme le « premier média de débat des jeunes » entre une avocate favorable à l'avortement et Aliette Espieux (voir section précédente).

Au cours de la période de recherche, l'ISD a également répertorié les comptes Instagram recommandés à l'utilisatrice via les Reels, notant le nombre de fois que chaque compte a été recommandé. Neuf des dix comptes les plus souvent recommandés par les Reels étaient consacrés à la maternité, et huit d'entre eux étant des comptes qui se présentaient comme des comptes affiliés à la mouvance [tradwife](#), une communauté en ligne de

femmes qui promeuvent des rôles genrés traditionnels, la soumission des femmes aux hommes et le dévouement des femmes à la domesticité et à la maternité. La mouvance tradwife, comme certaines recherches ont pu le montrer, se recoupe en partie avec l'idéologie d'extrême droite.⁸

Plusieurs des comptes recommandés aux chercheuses décrivaient la maternité comme le « devoir » de la femme et l'un des comptes utilisait les stories d'Instagram pour promouvoir un événement organisé par l'organisation américaine anti-avortement Live Action. Plusieurs comptes diffusaient de fausses informations sur la santé reproductive et la contraception, décrivant la contraception hormonale comme « toxique ». D'autres recherches ont pu montrer que les mouvements anti-avortement promeuvent un vaste éventail de fausses informations sur l'avortement, la grossesse et la contraception dans le cadre de leur militantisme visant à décourager les femmes d'avorter.⁹



Illustration 31 : Exemple de contenus produits par les comptes Instagram recommandés à l'internaute.

Monétisation des contenus anti-avortement : analyse des publicités Meta

Méthodologie

À l'aide de la Meta Ad Library, les chercheuses de l'ISD ont trié les publicités en langue française relatives à l'avortement et provenant de toutes les pages Facebook identifiées dans la liste de départ, sur la période de mai 2022 à juin 2023 (voir ci-dessus). Au total, 6 pages Facebook de cette première liste avaient diffusé des publicités en lien avec l'avortement au cours de cette période : Choisir La Vie, European Centre for Law and Justice, CLARA Life, Fondation Jérôme Lejeune, Alliance VITA, et IVG : Vous Hésitez ? Venez en Parler (174,2k followers cumulés). Pour s'assurer qu'aucune autre publicité ne soit omise, les chercheuses ont parcouru l'Ad Library de Meta à la recherche de publicités politiques ciblant les utilisateurs français, au moyen des mots clés « IVG », « avortement », « pro-vie » et « fœtus ».

Les chercheuses ont identifié 199 publicités pertinentes (sur un total de 532 publicités) et les ont classées sous trois catégories : (1) contenu dissuasif (y compris des témoignages personnels) ; (2) campagnes de collecte de fonds ou de sensibilisation en faveur d'initiatives et d'organisations anti-avortement ; (3) militantisme anti-avortement

(manifestations ou rassemblements). Elles ont également noté si elles avaient trouvé dans la publicité un contenu choquant ou émotionnellement éprouvant.¹⁰

Pour garantir une vérification rigoureuse de chaque publicité, les chercheuses ont cliqué sur les annonces, parcouru chaque site Internet auquel elles pouvaient renvoyer et vérifié les affirmations contenues dans la publicité en question ou sur le site Internet associés. Des sites de fact-checking, d'institutions gouvernementales et sanitaires officielles, et des articles de presse émanant de sources crédibles du secteur de la santé ont été utilisés pour vérifier les allégations de ces publicités.

L'Ad Library de Meta indiquant une fourchette de dépenses publicitaires et d'impressions, une moyenne a été calculée pour chaque total. Ainsi, les chiffres figurant dans cette section peuvent être une sous-estimation des dépenses publicitaires et de leur portée réelle. L'ensemble des chiffres figure à l'annexe A.

Les trois publicités ci-dessous sont des exemples de publicités relevant respectivement de la première, de la deuxième et de la troisième catégorie. Les trois publicités correspondent à la catégorie « questions sociales, élections ou politique » établie par Meta. La première a

Library ID: 661557698471850
 Inactive
 Apr 13, 2022 - May 3, 2022
 Platforms: Facebook
 Categories: Political
 Estimated audience size: >1M
 Amount spent (EUR): €500 - €599
 Impressions: 175K - 200K

See ad details

IVG : vous hésitez ? Venez en parler !
 Sponsored - Paid for by IVG : vous hésitez ? Venez en parler !

Maëva. Il y a 1 an, j'ai été abusée sexuellement, j'avais 16 ans. Quelques semaines après j'ai su que j'étais enceinte de 6 sa+5j. Dans les tous premiers instants où je l'ai su, je savais que j'allais le garder mais évidemment ma famille était contre, d'ailleurs ma sœur avait déjà planifié un RDV pour une IVG pour moi. Parfois, je me disais que j'étais trop jeune pour être maman et que si je le gardais, il m'aurait trop rappelé son géniteur et je l'aurais pas accepté... Du coup je suis allée au rdv avec ma mère, la sf me fait une échographie pour voir ...



Library ID: 3178378682415453
 Inactive
 Sep 30, 2022 - Oct 1, 2022
 Platforms: Facebook, Instagram
 Categories: Political
 Estimated audience size: >1M
 Amount spent (EUR): <€100
 Impressions: 2K - 3K
 This ad ran without a required disclaimer.

See ad details

Choisir la Vie
 Sponsored

#campagnechoisiravie #ToujoursMoi #IVG #avortement

Droit à l'avortement ou pas: la réalité reste la même: avant comme après la naissance, il s'agit toujours d'un enfant.

Partagez le Tag #ToujoursMoi pour promouvoir la défense de la vie, avant et après la naissance...



Library ID: 759013032514915
 Inactive
 Apr 13, 2023 - Apr 14, 2023
 Platforms: Facebook, Instagram, Twitter
 Categories: Political
 Estimated audience size: >1M
 Amount spent (EUR): <€100
 Impressions: 1K - 2K
 This ad ran without a required disclaimer.

See ad details

CLARA Life
 Sponsored

Aftermovie March for Life 2023. Thank you for the huge mobilisation. You were more than 800 people to march in the street of Brussels this Sunday. And seeing the opposition, we were right. Big thanks to all the speakers. See you even more numerous on the 21st of April 2024

BENL De Mars is niet onopgemerkt voorbij gegaan; bedankt voor jullie...



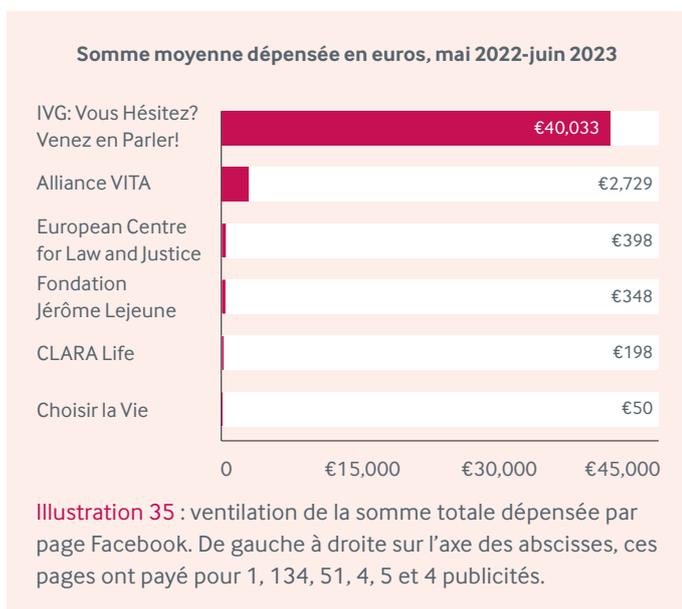
Illustrations 32, 33 et 34 : de gauche à droite, publicités classées dans les catégories 1 (témoignages personnels à caractère dissuasif), 2 (campagnes de collecte de fonds ou de sensibilisation) et 3 (militantisme anti-avortement).

également été classée pour son contenu choquant, en raison de son discours sur les agressions sexuelles. Après avoir été classées par les chercheuses, les deuxième et troisième publicités ont été supprimées par Meta pour avoir omis d'avoir utilisé la mention « Paid for by » (payé par), obligatoire sur la plateforme.

Constatations

Sur les 199 publicités identifiées comme pertinentes, 134 d'entre elles entraient dans la première catégorie, celle des témoignages personnels au contenu dissuasif, 57 dans la deuxième catégorie, celle des campagnes de collecte de fonds ou de sensibilisation, 7 dans la troisième catégorie, celle du militantisme anti-avortement, et une a été supprimée par Meta avant que les chercheuses n'aient pu la classer. Les six pages ayant payé pour ces publicités ont dépensé un total estimé à 43 750 euros et reçu environ 9,4 millions d'impressions.

La page contenant le plus de publicités est IVG Vous Hésitez : les administrateurs ont dépensé un montant moyen de 40 033 euros pour 134 publicités, relevant toutes de la première catégorie. Comme indiqué précédemment, IVG Vous Hésitez est lié à IVG.net, un [site Internet](#) bien identifié comme étant hostile à l'avortement. Le site présente un « guide » sur l'avortement et énumère les risques et les complications présumés de celui-ci, juxtaposés à des « témoignages » de femmes qui regrettent leur avortement ou ont été « traumatisées ».



IVG : vous hésitez ? Venez en parler !

Sponsored • Paid for by IVG : vous hésitez ? Venez en parler !

MARGOT J'ai fait une terrible erreur ! Vous allez certainement me juger mais je le mérite et j'ai besoin de le partager.. Je n'en peux plus de garder ça pour moi.. J'ai fait une IVG à 13sa + 3j d'un bébé voulu (j'avais mis 1 an avant d'être enceinte). Tout le contexte faisait que j'étais persuadée que l'IVG était finalement la meilleure option. Mais aujourd'hui je suis dévastée. Je n'en parle à personne car j'ai l'impression que comme il s'agissait de ma décision, je n'ai pas le droit d'être triste.. En plus l'intervention ne s'est pas bien passée, et j'ai tout senti.. J'ai la sensation qu'on m'a arraché mon bébé. Et le pire c'est que j'ai entendu les infirmières et le médecin parler en disant « c'était une petite fille ».

Au jour d'aujourd'hui je refuse de penser que je ne suis plus enceinte. Dès que j'y pense j'ai envie d'aller en enfer. J'ai assassiné ma fille.

C'est ce que je ressens. Comment dois-je faire avec ça ? Je n'ose même pas dire que j'ai fait une IVG. Je dis que je l'ai perdu.

Illustration 36 : publicité présentant un témoignage personnel dans lequel une femme déclare avoir commis une « terrible erreur », avoir « assassiné (s)a fille » et vouloir « aller en enfer ».

IVG Vous Hésitez est également la seule page à avoir fait de la publicité auprès d'utilisateurs de moins de 18 ans sur Facebook. Les chercheuses ont identifié 49 publicités qui, comme l'indique l'Ad Library de Meta, ont touché la tranche d'âge des 13-17 ans, 24 d'entre elles étant choquantes ou émotionnellement éprouvantes. Dans l'une de ces publicités, qui a enregistré en moyenne 27 500 impressions, une adolescente anonyme décrit l'agression sexuelle dont elle a été victime et l'avortement auquel elle s'est sentie contrainte, qu'elle regrette encore à ce jour. Comme indiqué plus haut, ces témoignages personnels sont impossibles à vérifier.

62,8 % des publicités analysées dans le cadre de cette étude ciblaient également (à un certain degré) les femmes âgées de 18 à 24 ans : 19 % de ces publicités ciblaient principalement (50 % ou plus) les femmes âgées de 18 à 24 ans. La plupart d'entre elles émanaient d'IVG Vous Hésitez et présentaient des témoignages de femmes de cette tranche d'âge partageant leurs expériences négatives de l'avortement. Une publicité d'IVG Vous Hésitez ciblait presque exclusivement les femmes de 18 à 24 ans (99,5 %) en vantant les mérites de la prise de progestérone pour annuler un avortement médicamenteux (voir ci-dessous). Cette publicité a obtenu une moyenne de 47 500 impressions, exposant potentiellement les jeunes utilisateurs de Facebook à une procédure dangereuse.

La page, que des [investigations](#) ont pu relier à des militants anti-avortement, ne publie que des témoignages écrits ou vidéo de femmes qui affirment avoir subi un avortement

LA PRISE D'UN ANTIDOTE :

Ainsi, en intervenant très vite après la prise de MIFEGYNE, on peut essayer de contrer l'effet anti-progestatif, par la prise d'un antidote, en l'occurrence de la progestérone. La prise d'UTROGESTAN peut permettre de maintenir en place le placenta et permettre la poursuite normale de la grossesse. « Plus vite il est administré, plus les chances de maintenir la grossesse sont élevées », dit le Dr Paul qui aide souvent les femmes au téléphone.
En cas de doute ou de questions, n'hésitez pas vous aussi à nous questionner.

Illustration 37 : extrait de la publicité sur la prise de progestérone présentant la procédure comme un antidote et n'avertissant pas le public de ses effets potentiellement dangereux.

et l'avoir regretté, avoir éprouvé des effets secondaires sérieux ou avoir choisi de ne pas mettre fin à une grossesse sans le moindre regret. La page ne fait rien pour rappeler à ses visiteurs qu'il s'agit de témoignages individuels et personnels. En ne communiquant pas clairement ses objectifs, la page semble enfreindre la loi française relative à l'« entrave à l'avortement ».

Neuf des publicités provenant de la page IVG Vous Hésitez incluent des témoignages personnels assimilant l'avortement à un meurtre, ou qualifiant de « meurtrières » les personnes ayant recours à l'avortement. L'utilisation des mots « assassinat » ou « tuer » pour décrire un avortement ne repose sur aucune base scientifique et peut provoquer un sentiment de peur fondé sur des informations erronées, en particulier lorsque ces contenus sont présentés à de jeunes utilisateurs.

Les chercheuses ont également identifié deux publicités diffusées par IVG Vous Hésitez encourageant la prise de progestérone, une méthode scientifiquement non prouvée et dangereuse qui prétend inverser les effets de la pilule abortive. Ce contenu paraît également enfreindre le droit pénal français, qui interdit la promotion de produits pharmaceutiques non approuvés par les autorités médicales.

L'ISD a précédemment identifié des publicités en anglais sur Meta qui faisaient la promotion du « réseau » de l'avortion pill reverseal, que Meta a tardé à supprimer. Meta n'a pas supprimé les publicités tant qu'elles étaient actives, et la page en question a dépensé 600 euros pour leur diffusion pendant une durée totale d'environ sept semaines, ce qui a permis de générer 70 000 impressions. Les publicités, qui présentent la procédure comme un « antidote » à la pilule abortive, ne contiennent aucun

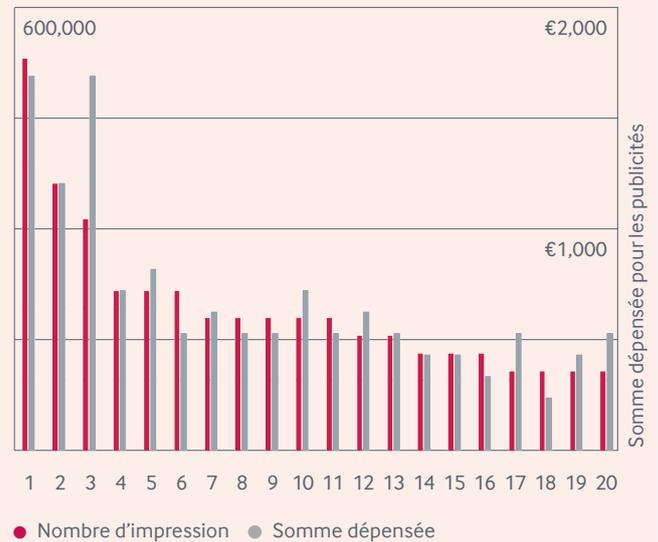


Illustration 38 : de gauche à droite, les 20 premières publicités de la base de données (provenant toutes de la page IVG Vous Hésitez) par nombre d'impressions le plus élevé. Sur l'axe de droite, le montant dépensé pour ces annonces.

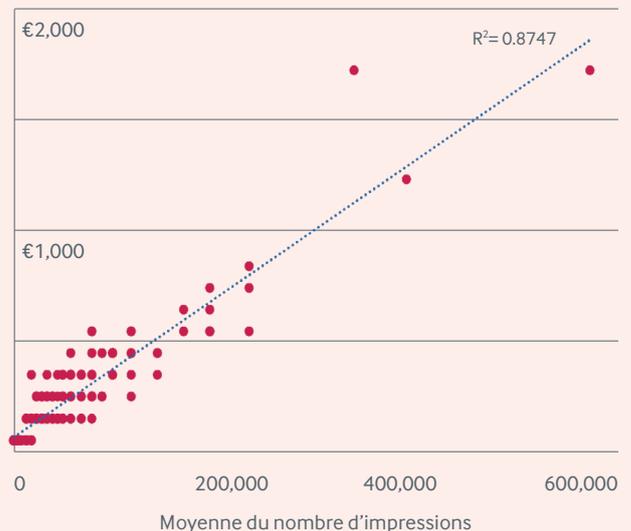


Illustration 39 : diagramme de dispersion illustrant la corrélation positive entre les dépenses publicitaires et le nombre d'impressions pour les publicités recensées dans le cadre de cette étude.

avertissement médical, considérant au contraire qu'il s'agit d'une procédure normale.

Les 20 publicités ayant obtenu le plus grand nombre d'impressions provenaient toutes de la page IVG Vous Hésitez, la publicité la plus importante enregistrant 550 000 impressions. Huit d'entre tenaient des propos choquants et décrivaient des cas détresse psychologique extrême, de violences sexuelles et de fausse couche (cette publicité accusait également un hôpital d'être à l'origine de la fausse couche).

Le contenu des publicités diffusées par d'autres annonceurs varie, mais relève principalement des catégories 2 et 3 (collecte de fonds ou campagnes de promotion d'initiatives anti-avortement et militantisme anti-avortement, respectivement). L'une des publicités figurant sur la page du Centre européen pour le droit et la justice montre une vidéo avec deux personnes réagissant à une autre vidéo dans laquelle des femmes évoquent l'avortement qu'elles ont subi. Les deux intervenants partagent des informations erronées sur l'avortement et la contraception, décrivant par exemple la pilule du lendemain comme un « mini-avortement ». La publicité a enregistré 27 500 impressions.

Conclusions et recommandations

Ce rapport a établi que les algorithmes des plateformes recommandent fréquemment des contenus de mésinformation, choquants et dissuasifs aux internautes, y compris mineurs, et que l'application des règles des plateformes restent incohérente, malgré les engagements qu'elles ont pris. Des fonctionnalités relativement nouvelles, telles que les Reels Instagram, recommandent aux utilisateurs des contenus dissuasifs et erronés. Bien que les chercheuses aient identifié de nombreux exemples de messages ouvertement anti-avortement, l'essentiel du contenu identifié était dissuasif et provenait d'acteurs se présentant comme neutre sur la question de l'avortement, mais ayant en réalité des liens avérés avec des militants anti-avortement. Ce contenu prend de nombreuses formes, allant de la mésinformation sur les procédures d'avortement et ses effets secondaires potentiels, à des descriptions erronées de l'avortement destinées à choquer.

Ce rapport a montré que les acteurs anti-avortement utilisent un vaste panel de tactiques pour toucher un public large, et que leurs contenus circulent par conséquent largement sur les plateformes. L'étude a également mis en lumière les différentes communautés impliquées dans la production et le partage de contenus anti-avortement sur les réseaux sociaux, montrant que les comptes anti-avortement reçoivent l'appui d'un vaste réseau de communautés en ligne, y compris des communautés d'extrême droite et religieuses.

Ces acteurs ont produit un grand nombre de publications sur Facebook et Instagram, comprenant notamment des messages largement copiés-collés, et ont considérablement investi dans la publicité sur Facebook, y compris via des publications préconisant des procédures potentiellement dangereuses telles que la prise de progestérone comme traitement anti-abortif, ou ciblant des utilisateurs mineurs avec un contenu choquant et éprouvant.

La page IVG Vous Hésitez a publié un grand nombre de messages dissuasifs sur Facebook et Instagram et a acheté 50 publicités ciblant les 13-17 ans, dont la moitié (24) étaient psychologiquement éprouvantes. Enfin, l'ISD a établi que les pages anti-avortement déployaient un ensemble de tactiques de communication trompeuses pour amplifier leur message, en utilisant notamment des hashtags pro-choix et des titres trompeurs pour suggérer qu'elles se positionnent en faveur de l'avortement.

Ces tactiques trompeuses, associées à leur amplification algorithmique, empêchent les utilisateurs des réseaux sociaux de disposer d'informations fiables et sûres en matière de santé reproductive. Des enquêtes ont montré que l'accès à l'avortement reste inégal en France en raison de facteurs socio-économiques. Dans un contexte de recul généralisé des droits reproductifs dans le monde et de persistance d'inégalités d'accès en France, les réseaux anti-avortement organisés et leurs campagnes informationnelles contribuent à l'érosion des droits reproductifs dans le pays.

À la lumière de ces conclusions, l'ISD formule les recommandations suivantes pour les plateformes, les autorités de régulation et les responsables politiques.

Recommandations pour les plateformes

Recommandations pour assurer l'adéquation des politiques des plateformes aux enjeux

- Meta doit ajouter une clause spécifique dans sa politique de lutte contre la mésinformation en matière de santé afin d'inclure les déclarations induisant les utilisateurs en erreur sur la nature de l'avortement. L'absence d'informations exactes peut être préjudiciable aux personnes souhaitant accéder à l'avortement.
- Meta et YouTube doivent renforcer leur politique contre la représentation choquante de l'avortement, en s'attaquant aux descriptions exagérées et inexacts de l'avortement pouvant inutilement susciter la peur chez les utilisateurs, et encourager des atteintes à l'encontre du personnel médical. De nombreuses publicités figurant dans cette étude comparent l'avortement à un « assassinat » et doivent être considérées comme des signaux d'alerte nécessitant un examen plus approfondi.
- Les plateformes doivent se doter de politiques traitant spécifiquement des méfaits de la procédure dite abortion pill reversal (prise de progestérone) et interdire les publicités qui la présentent aux utilisateurs comme sûre.

Recommandations pour l'application des politiques

- Meta doit veiller à ce que les publicités Facebook et Instagram contenant de fausses informations potentiellement dangereuses pour la santé soient

correctement signalées et supprimées, en particulier lorsque ces publicités ciblent les 13-17 ans.

- Les plateformes doivent veiller à ce que leurs politiques soient appliquées de manière cohérente, notamment aux contenus non anglophones. Les [premiers rapports](#) soumis par les plateformes en novembre 2023 dans le cadre du Digital Services Act (DSA) ont montré que le nombre de modérateurs francophones reste faible, et que certaines plateformes n'ont pas indiqué leurs effectifs de modérateurs français et européens. Les plateformes disposant d'une large base d'utilisateurs dans le monde doivent recruter des équipes de modérateurs ayant des connaissances linguistiques et socio-culturelles suffisantes pour identifier les discours de désinformation ; proposer régulièrement des formations au personnel dans toutes les langues sur les questions liées à la désinformation en matière de santé ; et proposer des rapports détaillés aux autorités de régulation sur leur investissement financier et humain dans la modération des contenus dans toutes les langues couvertes, y compris le français.
- Les plateformes devraient s'assurer que les politiques relatives à l'avortement sont appliquées aux nouvelles fonctionnalités telles que les YouTube Shorts et les Reels sur Instagram, qui ne comportent actuellement aucun panneau d'information ou fonctionnalité similaire malgré l'existence de vidéos sur l'avortement (à différents titres). Les plateformes doivent mieux se coordonner dans la lutte contre la circulation de fausses informations.

Recommandations pour les autorités de régulation et responsables politiques

Régulation des plateformes

- Introduire des sanctions plus strictes contre les sites liés à la santé qui trompent le public sur leur mission, leurs services ou leurs produits (c'est-à-dire les sites qui prétendent fournir des informations médicales sur l'avortement et sont en réalité anti-avortement). Ces sites peuvent enfreindre la loi française relative à « l'entrave à l'interruption légale de grossesse ». Comme l'a montré dans ce rapport, ces pages continuent d'investir massivement dans la publicité sur les réseaux sociaux et de fonctionner sans sanctions majeures, bien qu'elles enfreignent probablement la loi française.
- Contrecarrer les efforts visant à entraver l'accès à l'avortement en mettant en œuvre de nouvelles politiques qui améliorent la visibilité d'informations fiables sur l'avortement, notamment en augmentant le financement public d'organisations dédiées au partage d'informations fiables.

Législation & Politiques publiques

- La Commission européenne doit s'assurer que les plateformes respectent leurs engagements existants liés à l'identification des publicités politiques (n° 6) et à l'utilisation de fact-checkers (n° 31) comme préconisé dans le code de bonnes pratiques sur la désinformation (2022). L'ISD a constaté que plusieurs acteurs contournent ces règles en publiant du contenu dissuasif lié à l'avortement qui ne contient pas strictement de fausses informations mais promeut des discours choquants. Si les plateformes choisissent d'autoriser un tel contenu, les régulateurs doivent exiger une plus grande transparence de la part des plateformes sur le contenu qui n'a pas été étiqueté, ainsi que toute justification associée pour l'absence d'étiquetage. L'engagement 31 exige également que les plateformes et signataires du code de bonnes pratiques conservent une base de données des contenus étiquetés comme faux ou trompeurs, laquelle pourraient inclure les contenus ayant fait l'objet d'une évaluation mais n'ayant pas été étiquetés.
- L'ISD a identifié 49 publicités sur Meta ciblant des mineurs (13-17 ans), dont près de la moitié (24) contenaient des propos choquants. Les autorités régulatrices européennes doivent s'assurer que les plateformes respectent les exigences du DSA en matière de publicité, en particulier les articles 26 et 28. Celles-ci incluent plusieurs exigences de transparence, notamment liées au ciblage publicitaire, et une interdiction d'utiliser des données personnelles à des fins publicitaires lorsque la plateforme sait avec une « certitude raisonnable que le destinataire du service est un mineur ». Alors que l'UE débat d'un nouveau régime de transparence lié aux publicités politiques, la réglementation doit garantir que les publicités liées à l'avortement qui entrent dans la catégorie des publicités politiques soient soumises à une application plus stricte et que le ciblage des individus soit soumis au consentement des citoyens.

Annexes

Annexe A : Chiffres complets de l'Ad Library de Meta

	Choisir la Vie	IVG Vous Hésitez	Alliance VITA	ECLJ	Fondation Jérôme Lejeune	CLARA Life
Total des publicités	1	134	51	4	5	4
Publicités de catégorie 1	0	134	0	1	0	0
Publicités de catégorie 2	1	0	51	0	5	0
Publicités de catégorie 3	0	0	0	3	0	4
Total des publicités choquantes	0	69	0	1	0	0
€ Dépenses hautes	€99	€47,266	€5,249	€596	€595	€396
€ Dépenses basses	€–	€32,800	€200	€200	€100	€–
Impressions hautes	2,999	9,823,866	237,949	65,996	66,995	9,996
Impressions basses	2,000	8,344,000	151,000	54,000	50,000	6,000

Annexe B : Liste de mots-clés

avortement
 avorter
 interruption volontaire de grossesse
 IVG
 foetus
 provie
 fausse couche
 accouchement
 infanticide
 enceinte
 malformation
 placenta

Notes de fin

- 1 L'ISD a contacté toutes les organisations et personnes référencées dans ce rapport pour leur offrir un droit de réponse sur les passages où elles sont citées avant la publication. Au moment de la publication, seuls Mme Alette Espieux et l'organisation Gèneéthique ont répondu. L'ISD a examiné leurs réponses et a modifié le texte si nécessaire. Si des réponses d'autres organisations ou individus sont reçues postérieurement, il en sera fait mention sur le site de l'ISD.
 - 2 Cette définition est basée sur une [étude](#) du Haut-Commissariat des Nations unies aux droits de l'homme et sur les [travaux](#) de l'American College of Obstetricians and Gynaecologists
 - 3 Par commodité, le nom complet de cette page est abrégé en IVG Vous Hésitez tout au long de ce rapport.
 - 4 Contactée par l'ISD, l'organisation gèneéthique a souligné par écrit que l'article sur lequel a été fondée cette affirmation a été rédigé par Christophe Foltzenlogel et initialement publié sur le site de l'ECLJ qui a accepté qu'il soit repris par gèneéthique : <https://www.genethique.org/loms-recommande-lavortement-a-la-demande-jusquau-terme/>
 - 5 [Abortion rates go down when countries make it legal: report \(nbcnews.com\)](#) [Abortion \(who.int\)](#)
 - 6 Le site parle d'« un avortement toutes les 142 minutes » ; une statistique sensationnelle compilée à partir de chiffres obtenus depuis 1976 et qui ne reflète pas nécessairement les tendances actuelles. Un examen des 50 derniers messages sur X publiés par le compte de la page a révélé que tous les messages relatifs à l'avortement étaient ouvertement anti-avortement. Par exemple, le 28 septembre 2023, le compte publie le message suivant : « En cette « Journée mondiale pour le droit à l'avortement », rappelons que l'avortement élimine chaque année, en France, plus de 220.000 enfants. A l'heure où la natalité est au plus bas, ce chiffre doit nous interpeler ! #avortement #ivg »
 - 7 [CES 2018 : les algorithmes de YouTube déterminent 70 % de ce que nous regardons \(qz.com\)](#)
 - 8 [Tradwives: The Housewives Commodifying Right-Wing Ideology – GNET \(gnet-research.org\)](#)
 - 9 [People seeking abortions encounter flood of online misinformation - The Washington Post](#)
 - 10 Pour plus d'informations, voir la définition du contenu choquant dans le Glossaire.
-



FONDATION
DES FEMMES

ISD

Innové contre
l'extrémisme, la haine
et la désinformation

Amman | Berlin | London | Paris | Washington DC
Copyright © ISD (2024). Institute for Strategic Dialogue (ISD) est une société à responsabilité limitée par garantie, siège social à l'adresse PO Box 75769, Londres, SW1P 9ER. ISD est enregistrée en Angleterre sous le numéro d'enregistrement de société 06581421 et sous le numéro d'enregistrement d'organisme de bienfaisance 1141069. En France, l'ISD est établi sous la forme d'une association Loi 1901 : l'Institut pour le Dialogue Stratégique sous le numéro d'enregistrement W751256497. Tous droits réservés. Toute copie, reproduction ou exploitation de tout ou partie de ce document ou de ses pièces jointes sans l'autorisation écrite préalable d'ISD est interdite.
www.isdglobal.org