

2021 Canadian Election Integrity Initiative

FACEBOOK'S CANADIAN APPROACH

La version française commence à la page 14

FACEBOOK





Intro

Facebook plays an important and valuable role in the everyday lives of Canadians. During an election, we know we have an important responsibility to help people participate in elections and to help ensure safe, secure, and free elections across our platforms. That's why we've dedicated unprecedented resources towards platform integrity efforts, and now have more than 35,000 people working on safety and security.

Since 2017, Facebook has been involved in more than 200 elections around the world. This includes the 2019 Canadian federal election, ahead of which we launched the *Canadian Election Integrity Initiative* and implemented several initiatives to prevent interference, fight the spread of misinformation, and increase political advertising transparency across our platforms.

We've kept our foot on the gas pedal. Our robust efforts build on the foundation laid ahead of the 2019 federal election and position us well in anticipation of Canada's next federal election. We look forward to continuing our work with Canadian officials including the Privy Council Office and Elections Canada, and strengthening collaboration with trusted partners like MediaSmarts, Equal Voice and Apathy is Boring.

Assessing Our Efforts During the 2019 Federal Election

Studies on the Canadian Election Integrity Initiative

Reinforcing the effectiveness of our efforts to-date, the 2019 Canadian federal election was independently analyzed by academics, including Professor Tamara Small at the University of Guelph, who published a chapter using Facebook's election integrity efforts as a case study in [The Canadian Federal Election of 2019](#).

More recently, The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats released a study "[Effective state practices against disinformation: Four country case studies](#)," which examined the 2019 Canadian federal election alongside elections in Sweden, France and the United Kingdom to draw lessons about what an effective state response to disinformation should involve. It recognized our work with the Canadian government through the Canadian Election Integrity Initiative, which we will build on for Canada's next federal election.

"Finally, it should also be noted that the Canadian government maintains a productive relationship with social media platforms, as the cooperation ahead of the 2019 election showed. The Ministry of Democratic Institutions was in charge of the relationship with Facebook Canada which, in response to the CSE's previously mentioned report, launched a Canadian Election Integrity Initiative in 2017, including a two-year partnership with MediaSmarts (Canada's Center for Digital and Media Literacy), the publication of a Cyber Hygiene Guide for politicians and political parties; the creation of a Cyber Hygiene training session open to all federal political parties, and the creation of a special email to reach Facebook quickly in the event of a crisis."

- The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats, [Effective state practices against disinformation: Four country case studies](#)

Working with Academics and Leading Researchers

Since the 2019 Canadian federal election, Facebook Canada has worked with academic institutions to better understand the impact of our efforts. In January 2020, the Clayton H. Riddell Graduate Program in Political Management at Carleton University [announced](#) a one-year Canadian Election Integrity Project with Facebook. As part of this Project, Kevin Chan, Head of Public Policy at Facebook Canada, was appointed as a Visiting Scholar in Election Integrity at the University.

Kevin Chan was also [appointed](#) as one of seven 2020-21 Technology and Democracy Fellows at The Ash Center for Democratic Governance and Innovation at Harvard Kennedy School.

The Canadian Election Integrity Initiative - Looking Ahead to the Next Canadian Federal Election

Equipped with past learnings and partnerships, we are updating our Canadian Election Integrity Initiative for the next federal election, which consists of 7 pillars. We look forward to doing our part to support civic engagement and ensure our platforms are safe and secure from interference.

1. Civic Engagement: Partnering with Elections Canada and Apathy is Boring

Voting is the best way for people to make their voices heard and hold our leaders accountable.

We understand that social media platforms like Facebook and Instagram enable Canadians to engage in dialogue about issues they care about and play an important role in providing people with timely information about when and where to vote.

Similar to the last Canadian election, in the lead up to the next federal election, we will launch a suite of civic engagement tools to help people use their voice where it matters the most - by voting.

- ▶ **Voter Information Notification:** We want people to have accurate information about voting where they live. It's an important part of our mission to connect communities and is also a key part of our elections integrity work. To help do this, in the week leading up to a federal election, we'll show a notification in Facebook News Feed linking through to Election Canada's website.
- ▶ **Election Day Reminders - Day-Of and Day-Before:** People on Facebook will receive a top-of-feed Election Day reminder the night before and day-of the election from which they will be able to click through to Elections Canada to find their respective polling station.
- ▶ **Stories Stickers:** We will feature the popular 'I Voted' stickers on Instagram Stories designed in 2019 by Canadian students from OCAD and NSCAD that allow people to virtually share that they have voted. Instagram Stickers, available in English and in French, will click-through to the Elections Canada website, connecting people with information from Canada's election authority. A different selection of Stories Stickers will also be available on Facebook.

- ▶ **Partnership with Apathy is Boring:** Similar to the 2019 election, we'll work with Apathy is Boring to engage creators on our platforms to spark civic conversations and encourage their communities to vote. As part of the partnership, we'll also develop a Facebook Profile Frame and Instagram AR Effect with a Canadian artist so that people can show their friends and family that they are voting, and encourage others to do the same.

2. Civic Figure Safety and Security

Ensuring that the accounts of politicians and political parties are secure and that candidates and politicians are safe from abuse on our platforms is an important part of the work we do to safeguard elections. In Canada, we have several programs to keep politicians safe:

- ▶ **[NEW] Facebook Protect:** We know that certain people such as candidates, elected officials or staff can be targeted by bad actors on social media platforms, including Facebook and Instagram. Accounts that face additional threats during an election cycle may need additional protection, so we are introducing a program called *Facebook Protect*, which offers candidates, elected officials, federal departments and agencies, and political parties, as well as their staff, a way to further secure their Facebook and Instagram accounts. By enrolling, we'll help these accounts adopt stronger account security protections, like two-factor authentication, and monitor for potential hacking threats.
- ▶ **[NEW]: Resources for Candidates Running for Office in Canada:** Facebook recently launched a dedicated hub for candidates running for office in Canada where they will find resources, tools, training and additional information about Facebook's election integrity efforts. This hub is available publicly, for anyone to access, but designed and equipped with resources specifically for candidates running for office at any level of government. Visit the dedicated Canadian resource hub [here](#).
- ▶ **[NEW]: Virtual Candidate Training:** We will host virtual candidate training sessions for all political parties and candidates to help them reach and engage their community, voters and supporters across the Facebook family of apps. This is a continuation of our *Civic Boost tour* from 2019, when we visited 6 Canadian cities to connect with local communities about election integrity and civic engagement.

- ▶ **[NEW] Women Candidate Safety - Partnership with Equal Voice:** In April 2019, Facebook Canada launched #HerVoice, a safety guide for women leaders ahead of the 2019 federal election, developed by Facebook in collaboration with Equal Voice. The safety guide aims to equip women leaders with the tools they need to use Facebook and Instagram effectively and safely during campaigns and while in office - and has been updated with the latest tools and tips. Ahead of the next federal election, we will host a candidate safety training with the Equal Voice community.
 - ▶ See the guide here: [#HerVoice: Facebook Safety Tips for Women Leaders](#)
 - ▶ We also recently launched a new suite of women's safety resources in a dedicated hub here: [Women's Safety Hub](#).
- ▶ **Candidate and Page Admins Account Security Notification:** We will send in-app notifications to remind candidates and their Page admins how to keep their accounts secure during an election campaign, reminding them to set up two-factor authentication.
- ▶ **Candidate Cyber Hygiene:** In 2017, we launched several measures to address cybersecurity for political parties, politicians and candidates that continue to be offered and will be available for the next election:
 - ▶ Our [Cyber Hygiene Guide](#) for Canadian political parties and politicians, to support cybersecurity.
 - ▶ An emergency Facebook cyber hotline for political parties to help address any cyber challenges in real-time, including suspected hacks.
 - ▶ A Facebook cyber hygiene training program open to all Canadian federal political parties.

3. Increasing Political Ad Authenticity and Transparency

Greater authenticity requirements, transparency, and accountability for ads about politics, social issues or elections on Facebook means people have more information about who is trying to influence their vote. That helps us better protect elections and prevent foreign interference.

In Canada, we rolled out authenticity and transparency tools for advertisers in compliance with our obligations under C-76, the Elections Modernization Act in June 2019. Canada was one of the first countries where these transparency tools

380,000 ads and counting

The Ad Library in Canada now houses more than 380,000 ads and continues to be a critical tool for regulators, journalists, and researchers.

were made available, and we've now expanded to more than 190 countries and territories. The Ad Library in Canada now houses more than 380,000 ads and continues to be a critical tool for regulators, journalists, and researchers.

These tools are always active, not just during an election, and they include:

- ▶ **Advertiser Authentication:** Advertisers must complete a rigorous authorization process. This ensures that anyone seeking to run a political, election or issue ad targeting Canada must confirm their identity and location and provide information about who paid for the ad.
- ▶ **Ad Labeling:** Political and issue ads are then labeled with a “Paid for by” disclaimer when they appear on Facebook or Instagram.
- ▶ **Ad Library:** All ads are made available in a public, searchable database that contains all ads run on Facebook and Instagram related to politics and *issues of national importance*, where they remain for 7 years. The Ad Library shows range of impressions and ad spend, as well as the demographics of who saw the ad. Access our Ad Library [here](#) to search for ads.
- ▶ **Ad Library Report:** In July 2019, we released the *Ad Library Report* of aggregated insights about ads relating to politics and issues of national importance to Canada. These reports are refreshed daily, are accessible to anyone and do not require a Facebook log-in.

[NEW] Expanded Transparency and More Controls: In January 2020, we *introduced* updates to our Ad Library to increase the level of transparency it provides for people and give them more control over the ads they see. These updates are a result of global consultations with key experts and stakeholders, including through our *Canadian Election Integrity Project at Carleton University*.

These updates allow for:

- ▶ **Viewing audience size in the Ad Library:** We added ranges for Potential Reach, which is the estimated target audience size for each political, electoral or social issue ad so you can see how many people an advertiser wanted to reach with every ad.
- ▶ **Better Ad Library search and filtering:** We added the ability to search for ads with exact phrases, better grouping of similar ads, and added several new filters to better analyze results — e.g. audience size, dates and regions reached. This will allow for more efficient and effective research for voters, academics or journalists using these features.

[NEW] Seeing Fewer Political Ads: We're also working to give people more control over the ads they see. Seeing fewer political and social issue ads is a common request we hear from people. That's why we added a new control that allows people to see fewer political and social issue ads on Facebook and Instagram. This feature builds on other controls in Ad Preferences we've released in the past, like allowing people to see fewer ads about certain topics or remove interests.

4. Removing Voter Interference

A critical part of preventing abuse on our platforms around elections is removing content that misleads people on when or how to vote (e.g. voter interference).

Facebook's [Community Standards](#) ban this content, and through a combination of AI and human review, we proactively search for this type of information and remove it from Facebook.

As we find material that violates our Community Standards, we not only remove that specific post or photo, we also proactively search for other instances of the same content and remove it as well.

5. Combating Misinformation & Promoting Credible Information

We've made *significant investments* to help reduce the spread of misinformation and connect people to reliable information across our platforms.

We remove content that violates our *Community Standards*, which helps to protect people's safety and security on our platforms. This includes removing harmful misinformation that could lead to imminent violence or physical harm, such as misinformation about COVID-19 and vaccines. We also remove misinformation that could *prevent people from voting*, like misrepresenting the dates, location, times and methods for voting.

For false claims that don't violate our Community Standards, we rely on our global network of *more than 80 independent fact-checking partners* in over 60 languages to identify, review and rate viral misinformation across our platforms. When a fact-checker rates a piece of content as false, we significantly reduce its distribution so that fewer people see it. We notify people who try to share the content - or previously shared it - that the information is false, and we apply a warning label that links to the fact-checkers article disproving the claim.

Our efforts to fight misinformation and connect Canadians with credible information include:

- ▶ **Expanding Fact-Checking Partnerships in Canada:** Our global *fact-checking program* is a key piece of our strategy to reduce the spread of misinformation on Facebook. In the lead up to the last Canadian election, Agence France Presse signed on as our fact-checking partner in Canada.
- ▶ **[NEW]** Since the last federal election, we've added a new Canadian partner, Radio-Canada - Les Décrypteurs, in February 2020. We also added two *new ratings* in August 2020 to provide our fact-checking partners with more latitude to better reflect their research.
- ▶ **[NEW] Protecting News-related Page Categories:** Designation as a News Page can imply an inherent level of credibility to people, and we want to ensure that only Pages who primarily publish news are accurately identifiable as such on Facebook. Starting in Canada, we limited the ability for any Page to self-select a category related to news. Now, in order to have a news-related designation, Pages must be registered in the *news Page index*.

- ▶ **[NEW] Reducing Political Content in News Feed:** One common piece of feedback we hear from Canadians is that they don't want political content to take over their News Feed. Based on this feedback, in February 2021, we *shared* that we were starting to test in Canada and a few other countries different approaches to reducing the distribution of political content in News Feed. To determine how effective these new approaches are, we'll survey people about their experience during these tests. It's important to note that we're not removing political content from Facebook altogether. Our goal is to preserve the ability for people to find and interact with political content on Facebook, while respecting each person's appetite for it at the top of their News Feed.
- ▶ **Detection and Removal of Fake Accounts with Artificial Intelligence:** We block millions of fake accounts every day so they can't spread misinformation. As of Q1 2021, we have taken action against 1.3 billion fake accounts. We also reported in our Q1 2021 Community Standards Report that our proactive detection rate was 99.8%, meaning we found and flagged 99.8% of violating accounts before they were reported to us.
- ▶ **Digital Literacy:** In the lead up to the 2019 federal election, we partnered with MediaSmarts to disseminate a bilingual advertising campaign to help people make more informed decisions about what to read, trust, and share. We have continued our longstanding partnership with MediaSmarts and will relaunch a similar digital literacy campaign during the next federal election.
- ▶ **Content Transparency:** In September 2018, we launched a *Context Button* to provide people with more background information about the publishers and articles they see in News Feed so they can decide what to read, trust and share. And in June 2020, we started to *roll out a notification screen* that lets people know when news articles they are about to share are older than 90 days.

6. Tackling Coordinated Inauthentic Behaviour

Keeping our platforms safe is an ongoing task. We're constantly working to find and stop coordinated campaigns that seek to manipulate public debate across our apps. We're making significant progress and are committed to staying ahead of this.

We view coordinated inauthentic behaviour (CIB) as coordinated efforts to manipulate public debate for a strategic goal where fake accounts are central to the operation. There are two tiers of these activities that we work to stop: 1) coordinated inauthentic behaviour in the context of domestic, non-government

35,000

We've more than tripled the number of people who work on security and safety issues overall to more than 35,000, including security experts, AI and machine learning engineers, and content reviewers.

campaigns and 2) coordinated inauthentic behaviour on behalf of a foreign or government actor.

- ▶ **Coordinated Inauthentic Behaviour (CIB):** When we find domestic, non-government campaigns that include groups of accounts and Pages seeking to mislead people about who they are and what they are doing while relying on fake accounts, we remove both inauthentic and authentic accounts, Pages and Groups directly involved in this activity.
- ▶ **Foreign or Government Interference (FGI):** If we find any instances of CIB conducted on behalf of a government entity or by a foreign actor, we apply the broadest enforcement measures including the removal of every on-platform property connected to the operation itself and the people and organizations behind it.
- ▶ **Continuous Enforcement:** We monitor for efforts to re-establish a presence on Facebook by networks we previously removed. Using both automated and manual detection, we continuously remove accounts and Pages connected to networks we took down in the past.

Since 2017, our security teams at Facebook have identified and removed over 150 covert influence operations for violating our policy against CIB.

We're also investing heavily in security so we can find and address these kinds of threats.

- ▶ We've improved our AI so that we can more effectively detect and block fake accounts, which are the source of a lot of the inauthentic activity.
- ▶ We've more than tripled the number of people who work on security and safety issues overall to more than 35,000, including security experts, AI and machine learning engineers, and content reviewers.

These teams are constantly working to identify threats — identifying patterns, researching threat actors, designing new detection methods, and looking for any small mistakes from those who want to inflict harm.

In countering covert influence operations, we are focused on behavior, not the content because that is the best way to stop the abuse, hence why our investigative work and enforcement are location- and content-agnostic. They actively look for the elements common to every information operation:

- ▶ Coordination among accounts, among Pages, or among offline groups;
- ▶ Manipulation or deception; and
- ▶ A strategic goal to influence public discourse.

Over the past four years, we've shared our *findings* about CIB we detect and remove from our platforms. As part of our *regular CIB reports*, we share info about the networks we take down over the course of a month to make it easier for people to see the progress we're making in one place.

7. Combating Hate and Extremism in Canada

Facebook stands firmly against hate. We do not allow *hate speech* on Facebook because it creates an environment of intimidation and exclusion, and in some cases may promote real-world violence. We also ban groups that proclaim a hateful and violent mission from having a presence on our apps and we remove content that represents, praises or supports them.

Our recent announcements in Canada include:

- ▶ **Designating hate organizations and figures in Canada:** In 2019, we *designated* several Canadian hate organizations and figures including Faith Goldy, Kevin Goudreau, Canadian Nationalist Front, Aryan Strikeforce, Wolves of Odin, and Soldiers of Odin (Canadian Infidels), and *banned them from having any further presence on Facebook and Instagram*. We also removed affiliate representation for these entities, including linked pages and groups.
- ▶ **Launch of Global Network Against Hate:** In July 2020, Facebook Canada *partnered with the Ontario Tech University's Centre on Hate, Bias and Extremism* to launch the Global Network Against Hate. The Global Network Against Hate will work to develop strategies, policies and tools to combat hate and extremism, including examining how it spreads and how to stop it.
- ▶ **Refining our policies:** As we learn from experts and other partners, we continue to refine the way we implement our policies to keep our community safe:
 - ▶ **Removing Harmful Stereotypes:** We updated *our policies* to more specifically account for certain kinds of implicit hate speech, such as content depicting blackface, or stereotypes about Jewish people controlling the world.
 - ▶ **Removing Holocaust Denial Content:** In October 2020, we *announced* that we will ban content that denies or distorts the Holocaust on Facebook and direct anyone to credible information off Facebook if they search for terms associated with the Holocaust or its denial. In Canada, we have been working closely with the Centre for Israel and Jewish Affairs (CIJA) and the Canadian Jewish Holocaust Survivors and Descendants (CJHSD).

▶ **Updating our Hate Speech Enforcement for Indigenous Peoples:**

We regularly consult with Indigenous communities in Canada. As a result of our consultations, we added the word “Squaw” as a discriminatory term that violates our hate speech policies.

▶ **Expanding our Dangerous Individuals and Organizations policy:**

In August 2020, we *expanded* our Dangerous Individuals and Organizations policy to address organizations and movements that have demonstrated significant risks to public safety but do not meet the rigorous criteria to be designated as a dangerous organization and banned from having any presence on our platform. As a result, we are taking action against Facebook Pages, Groups and Instagram accounts tied to offline anarchist groups that support violent acts amidst protests, US-based militia organizations and QAnon. As part of these updates in Canada, we removed Radio-Quebec and its founder, Alexis Cossette-Trudel, from our platforms.

Read more: [Canadian and Global Efforts to Fight Harmful Content Online](#)
(French version [here](#))

Conclusion

Through the seven pillars of our updated Canadian Election Integrity Initiative, we are committed to doing our part to support civic engagement and protecting our platforms from abuse and interference. While security risks and threats constantly evolve and can never be completely eliminated, our goal is to stay ahead of these challenges and maximize the space for civic expression on our platforms.

Initiative pour l'intégrité des élections canadiennes de 2021

L'APPROCHE CANADIENNE DE FACEBOOK

FACEBOOK





Introduction

Facebook joue un rôle important et significatif dans la vie quotidienne des Canadiens. Lors d'une élection, nous savons que nous avons une responsabilité importante lorsqu'il s'agit d'aider les gens à participer aux élections et contribuer à garantir des élections sûres, sécurisées et libres sur nos plateformes. C'est pourquoi nous avons consacré des ressources sans précédent en matière d'intégrité de la plateforme, et nous avons maintenant plus de 35 000 personnes qui travaillent à la sécurité de celle-ci.

Depuis 2017, Facebook a été impliqué dans plus de 200 élections dans le monde. Cela inclut les élections fédérales canadiennes de 2019, en amont desquelles nous avons lancé l'[Initiative canadienne pour l'intégrité des élections](#) et mis en œuvre plusieurs initiatives visant à prévenir l'ingérence, à lutter contre la diffusion de fausses informations et à accroître la transparence des publicités politiques sur nos plateformes.

Nous avons gardé le pied sur l'accélérateur. Nos efforts robustes s'appuient sur les bases établies avant l'élection fédérale de 2019 et nous positionnent bien en prévision de la prochaine élection fédérale au Canada. Nous sommes impatients de poursuivre notre travail avec les responsables canadiens, notamment le Bureau du Conseil privé et Élections Canada, et de renforcer la collaboration avec des partenaires de confiance comme MediaSmarts, À voix égales et L'apathie c'est plate.

Appréciation de nos efforts lors des élections fédérales de 2019

Études sur l'Initiative canadienne pour l'intégrité des élections

Afin de renforcer l'efficacité de nos efforts déployés jusqu'à présent, l'élection fédérale canadienne de 2019 a été analysée de manière indépendante par des universitaires, notamment la professeure Tamara Small de l'Université de Guelph, qui a publié un chapitre en utilisant les efforts en matière d'intégrité de Facebook comme étude de cas dans le livre [The Canadian Federal Election of 2019](#).

Plus récemment, le Centre d'excellence européen pour la lutte contre les menaces hybrides a publié une étude intitulée « [Effective state practices against disinformation : Four country case studies](#) » (« Pratiques étatiques efficaces contre la désinformation : quatre études de cas nationales »), qui a examiné les élections fédérales canadiennes de 2019 aux côtés des élections en Suède, en France et au Royaume-Uni afin d'en tirer des conclusions sur ce que devrait impliquer une réponse étatique efficace à la désinformation. L'étude a reconnu notre travail avec le gouvernement canadien dans le cadre de l'Initiative canadienne pour l'intégrité des élections, sur laquelle nous nous appuyerons pour la prochaine élection fédérale au Canada.

« Enfin, il convient également de noter que le gouvernement canadien entretient une relation productive avec les plateformes de médias sociaux, comme l'a démontré la coopération en amont de l'élection de 2019. Le ministère des Institutions démocratiques était responsable de la relation avec Facebook Canada qui, en réponse au rapport du CST précédemment mentionné, a lancé en 2017 une Initiative canadienne pour l'intégrité des élections, comprenant un partenariat de deux ans avec MediaSmarts (Centre canadien d'éducation aux médias et de littératie numérique), la publication d'un guide de cyberhygiène adressé aux politiciens et aux partis politiques; la création d'une session de formation à la cyberhygiène ouverte à tous les partis politiques fédéraux et la création d'un courriel spécial pour joindre Facebook rapidement en cas de crise. »

- Le Centre d'excellence européen pour la lutte contre les menaces hybrides, [Effective state practices against disinformation : Four country case studies](#)

Travailler avec des universitaires et des chercheurs de premier plan

Depuis l'élection fédérale canadienne de 2019, Facebook Canada collabore avec des établissements universitaires pour mieux comprendre l'impact de nos efforts. En janvier 2020, le programme d'études supérieures en gestion politique Clayton H. Riddell de l'Université Carleton [a annoncé](#) un projet pour l'intégrité électorale canadienne d'un an avec Facebook. Dans le cadre de ce projet, Kevin Chan, chef des politiques publiques chez Facebook Canada, a été nommé chercheur invité en intégrité électorale à l'Université.

Kevin Chan a également été [nommé](#) l'un des sept boursiers 2020-2021 en matière de Technologie et Démocratie au Ash Center for Democratic Governance and Innovation de la Harvard Kennedy School.

L'Initiative canadienne pour l'intégrité des élections - Envisager la prochaine élection fédérale canadienne

Forts des apprentissages et des partenariats passés, nous mettons à jour notre Initiative canadienne pour l'intégrité des élections en vue de la prochaine élection fédérale, qui comporte sept piliers. Nous sommes déterminés à faire notre part pour soutenir l'engagement citoyen et veiller à ce que nos plateformes soient sûres et à l'abri de toute interférence.

1. Engagement civique : Notre partenariat avec Élections Canada et L'apathie c'est plate

Le vote est le meilleur moyen pour les gens de faire entendre leur voix et de demander des comptes à nos dirigeants.

Nous comprenons que les plateformes de médias sociaux comme Facebook et Instagram permettent aux Canadiens d'engager un dialogue sur les questions qui leur tiennent à cœur et jouent un rôle important en fournissant aux gens des informations opportunes sur le moment et l'endroit où voter.

À l'instar de la dernière élection canadienne, nous lancerons, à l'approche de la prochaine élection fédérale, une série d'outils d'engagement civique pour aider les gens à faire entendre leur voix là où elle compte le plus - en votant.

- ▶ **Notification d'information aux électeurs:** Nous voulons que les gens disposent d'informations précises sur le vote là où ils vivent. Il s'agit d'un élément important de notre mission de rapprochement des communautés et d'un élément clé de notre travail d'intégrité des élections. À cette fin, au cours de la semaine précédant une élection fédérale, nous afficherons une notification dans le fil d'actualité de Facebook, avec un lien vers le site Web d'Élections Canada.
- ▶ **Rappels du jour du scrutin - le jour même et la veille:** Les utilisateurs de Facebook recevront un rappel quant au jour du scrutin en haut de leur fil d'actualité la veille et le jour même de l'élection, à partir duquel ils pourront cliquer sur le site d'Élections Canada pour trouver leur bureau de vote respectif.

- ▶ **Autocollants pour les Stories:** Nous mettrons en vedette les populaires autocollants « J'ai voté » sur Instagram Stories conçus en 2019 par des étudiants canadiens de l'OCAD et du NSCAD, qui permettent aux gens de partager virtuellement qu'ils sont allés voter. Les autocollants Instagram, disponibles en anglais et en français, redirigeront les gens sur le site Web d'Élections Canada, reliant les gens aux informations de l'autorité électorale du Canada. Une sélection différente de Stories Stickers sera également disponible sur Facebook.
- ▶ **Partenariat avec L'apathie c'est plate:** À l'instar des élections de 2019, nous travaillerons avec L'apathie c'est plate pour inciter les créateurs sur nos plateformes à susciter des conversations civiques et à encourager leurs communautés à voter. Dans le cadre de ce partenariat, nous développerons également un cadre de profil Facebook et un effet RA sur Instagram avec un artiste canadien afin que les gens puissent montrer à leurs amis et à leur famille qu'ils votent, et encourager les autres à faire de même.

2. Sécurité des personnalités publiques politiques

S'assurer que les comptes des politiciens et des partis politiques sont sécurisés et que les candidats et les politiciens sont à l'abri des abus sur nos plateformes est une partie importante du travail que nous faisons pour protéger les élections. Au Canada, nous avons plusieurs programmes pour assurer la sécurité des politiciens :

- ▶ **[NOUVEAU] Facebook Protect:** Nous savons que certaines personnes, comme les candidats, les élus ou le personnel politique, peuvent être ciblées par de mauvais acteurs sur les plateformes de médias sociaux, notamment Facebook et Instagram. Les comptes qui font face à des menaces supplémentaires pendant un cycle électoral peuvent avoir besoin d'une protection supplémentaire, c'est pourquoi nous lançons un programme appelé *Facebook Protect*, qui offre aux candidats, aux élus, aux ministères et organismes fédéraux et aux partis politiques, ainsi qu'à leur personnel, un moyen de sécuriser davantage leurs comptes Facebook et Instagram. En s'inscrivant, nous aiderons ces comptes à adopter des protections de sécurité de compte plus solides, comme l'authentification à deux facteurs, et à surveiller les menaces potentielles de piratage.

- ▶ **[NOUVEAU] : Ressources destinées aux candidats à des élections au Canada:** Facebook a récemment lancé un hub dédié aux candidats se présentant aux élections au Canada, où ils trouveront des ressources, des outils, des formations et des informations supplémentaires sur les efforts de Facebook en matière d'intégrité électorale. Ce centre est accessible à tous, mais il a été conçu et équipé de ressources spécifiquement destinées aux candidats qui se présentent à tous les niveaux de gouvernement. Visitez le centre de ressources canadien [ici](#).
- ▶ **[NOUVEAU] Formation virtuelle des candidats:** Nous organiserons des sessions de formation virtuelles des candidats en août 2021 pour tous les partis politiques et les candidats afin de les aider à atteindre et à engager leur communauté, leurs électeurs et leurs partisans grâce à la famille d'applications de Facebook. Il s'agit de la suite de notre *Tournée Civic Boost* de 2019, au cours de laquelle nous avons visité six villes canadiennes pour établir des liens avec les communautés locales sur l'intégrité des élections et l'engagement civique.
- ▶ **[NOUVEAU] Sécurité des femmes candidates - Partenariat avec À voix égales:** En avril 2019, Facebook Canada a lancé #HerVoice, un guide de sécurité pour les femmes leaders avant les élections fédérales de 2019, élaboré par Facebook en collaboration avec À voix égales. Le guide de sécurité vise à doter les femmes leaders des outils dont elles ont besoin pour utiliser Facebook et Instagram de manière efficace et sûre pendant les campagnes et pendant leur mandat – ce guide a été mis à jour avec les derniers outils et conseils. Avant les prochaines élections fédérales, nous organiserons une formation sur la sécurité avec À voix égales.
 - ▶ Consultez le guide ici: [#HerVoice : Conseils de sécurité sur Facebook pour les femmes leaders](#)
 - ▶ Nous avons également lancé récemment une nouvelle série de ressources sur la sécurité des femmes dans un hub dédié ici: [Centre pour la sécurité des femmes](#).
- ▶ **Notification de sécurité des comptes des candidats et des administrateurs de pages :** Nous enverrons des notifications dans l'application pour rappeler aux candidats et aux administrateurs de leurs pages comment assurer la sécurité de leurs comptes pendant une campagne électorale, en leur rappelant de mettre en place une l'authentification à deux facteurs.
- ▶ **Cybersécurité des candidats:** En 2017, nous avons lancé plusieurs mesures de cybersécurité pour les partis politiques, les politiciens et les candidats qui continuent d'être offertes et seront disponibles pour la prochaine élection :

- ▶ Notre *guide de cyberhygiène* pour les partis politiques et les politiciens canadiens, afin de soutenir la cybersécurité.
- ▶ Une ligne d'assistance téléphonique d'urgence sur Facebook pour les partis politiques, afin de les aider à résoudre en temps réel tout problème de cybercriminalité, y compris les piratages présumés.
- ▶ Un programme de formation à la cyberhygiène sur Facebook ouvert à tous les partis politiques fédéraux canadiens.

3. Accroître l'authenticité et la transparence des publicités politiques

Des exigences d'authenticité, une transparence et une responsabilité accrues pour les publicités concernant la politique, les questions sociales ou les élections sur Facebook signifient que les gens ont plus d'informations sur ceux qui tentent d'influencer leur vote. Cela nous aide à mieux protéger les élections et à prévenir les ingérences étrangères.

Au Canada, nous avons déployé des outils d'authenticité et de transparence pour les annonceurs, conformément à nos obligations en vertu de C-76, la Loi sur la modernisation des élections, entrée en vigueur en juin 2019. Le Canada a été l'un des premiers pays où ces outils de transparence ont été mis à disposition, et nous les avons maintenant étendus à plus de 190 pays et territoires. La Bibliothèque publicitaire de Facebook au Canada abrite maintenant plus de 380 000 annonces et continue d'être un outil essentiel pour les organismes de réglementation, les journalistes et les chercheurs.

Ces outils, actifs à tout moment, et non seulement durant une élection, incluent :

- ▶ **Authentification des annonceurs:** Les annonceurs doivent suivre un processus d'autorisation rigoureux. Ainsi, quiconque souhaite diffuser une publicité politique, électorale ou thématique ciblant le Canada doit confirmer son identité, son emplacement et fournir des renseignements sur la personne qui a payé la publicité.
- ▶ **Étiquetage des publicités:** Les publicités politiques et thématiques sont ensuite étiquetées avec un avertissement « financé par » lorsqu'elles apparaissent sur Facebook ou Instagram.
- ▶ **Bibliothèque publicitaire:** Toutes les publicités sont mises à disposition dans une base de données publique et consultable qui contient toutes les publicités diffusées sur Facebook et Instagram liées à la politique et aux

Plus de 380 000 annonces

La Bibliothèque publicitaire de Facebook au Canada abrite maintenant plus de 380 000 annonces et continue d'être un outil essentiel pour les organismes de réglementation, les journalistes et les chercheurs.

questions d'importance nationale, où elles restent pendant 7 ans. La Bibliothèque publicitaire montre le nombre d'impressions et les dépenses publicitaires, ainsi que les données démographiques des personnes qui ont vu l'annonce. Accédez à notre Bibliothèque publicitaire *ici* pour rechercher des annonces.

- ▶ **Rapport de la Bibliothèque publicitaire :** En juillet 2019, nous avons publié un *rapport de la Bibliothèque publicitaire*, qui contient des aperçus agrégés sur les annonces liées à la politique et aux questions d'importance nationale pour le Canada. Ces rapports sont rafraîchis quotidiennement, sont accessibles à tous et ne nécessitent pas de connexion à Facebook.

[NOUVEAU] **Transparence accrue et davantage de contrôle:** En janvier 2020, nous avons *introduit* des mises à jour de notre Bibliothèque publicitaire afin d'augmenter le niveau de transparence qu'elle offre aux gens et de leur donner plus de contrôle sur les publicités qu'ils voient. Ces mises à jour sont le résultat de consultations mondiales avec des experts et des parties prenantes clés, notamment par le biais de notre *Projet pour l'intégrité électorale canadienne à l'Université Carleton*. Ces mises à jour permettent :

- ▶ **Affichage de la taille de l'audience dans la Bibliothèque publicitaire:** Nous avons ajouté des plages pour la portée potentielle, la taille estimée de l'audience cible pour chaque annonce politique, électorale ou sociale, afin que vous puissiez voir combien de personnes un annonceur voulait atteindre avec chaque annonce.
- ▶ **Amélioration de la recherche et du filtrage dans la Bibliothèque publicitaire:** Nous avons ajouté la possibilité de rechercher des annonces avec des expressions exactes, un meilleur regroupement des annonces similaires,

et ajouté plusieurs nouveaux filtres pour mieux analyser les résultats - par exemple, la taille de l'audience, les dates et les régions atteintes. Les électeurs, les universitaires et les journalistes qui utilisent ces fonctionnalités pourront ainsi effectuer des recherches plus efficaces.

[NOUVEAU] Voir moins de publicités politiques: Nous nous efforçons également de donner aux gens un plus grand contrôle sur les publicités qu'ils voient. La réduction du nombre de publicités politiques et sociales est une demande fréquente de la part des utilisateurs. C'est pourquoi nous avons ajouté un nouveau contrôle qui permet aux gens de voir moins de publicités politiques et sociales sur Facebook et Instagram. Cette fonctionnalité s'appuie sur d'autres contrôles dans les préférences publicitaires que nous avons dévoilés dans le passé, comme permettre aux gens de voir moins de publicités sur certains sujets ou supprimer des intérêts.

4. Supprimer l'interférence des électeurs

Une partie essentielle de la prévention des abus sur nos plateformes autour des élections consiste à supprimer le contenu qui induit les gens en erreur sur le moment ou la manière de voter (par exemple, l'ingérence dans le vote).

Les *Standards de la communauté* de Facebook interdisent ce type de contenu et, grâce à une combinaison d'intelligence artificielle et d'examen humain, nous recherchons de manière proactive ce type d'informations et les supprimons de Facebook.

Lorsque nous trouvons du matériel qui enfreint nos Standards de la communauté, nous ne nous contentons pas de supprimer le message ou la photo en question, nous recherchons également de manière proactive d'autres exemples du même contenu et les supprimons également.

5. Combattre la désinformation et promouvoir des informations crédibles

Nous avons réalisé d'*importants investissements* afin de réduire la diffusion de fausses informations et de mettre les gens en contact avec des informations fiables sur nos plateformes.

Nous supprimons les contenus qui violent nos Standards de la communauté, qui aide à protéger la sécurité des personnes sur nos plateformes. Il s'agit notamment de supprimer les fausses informations nuisibles qui pourraient entraîner une violence ou un préjudice physique imminent, comme les fausses informations sur la

COVID-19 et les vaccins. Nous supprimons également les fausses informations qui pourraient *empêcher les gens de voter*, comme les fausses déclarations sur les dates, lieux, heures et méthodes de vote.

Pour les fausses déclarations qui ne violent pas nos Standards de la communauté, nous nous appuyons sur notre réseau mondial de *plus de 80 partenaires indépendants de vérification des faits* dans plus de 60 langues pour identifier, examiner et évaluer les fausses informations virales sur nos plateformes. Lorsqu'un vérificateur de faits qualifie un contenu de faux, nous réduisons considérablement sa diffusion afin que moins de personnes le voient. Nous informons les personnes qui tentent de partager le contenu - ou qui l'ont déjà partagé - que l'information est fautive, et nous apposons une étiquette d'avertissement qui renvoie à un article de vérifications de faits réfutant l'affirmation.

Nos efforts pour combattre la désinformation et mettre les Canadiens en contact avec des informations crédibles incluent :

▶ **Élargissement des partenariats de vérification des faits au Canada:**

Notre *programme mondial de vérification des faits* est un élément clé de notre stratégie visant à réduire la diffusion de fausses informations sur Facebook. À l'approche des élections canadiennes, l'Agence France Presse est devenue notre partenaire pour la vérification des faits au Canada.

▶ [NOUVEAU] Depuis les dernières élections fédérales, nous avons ajouté un nouveau partenaire canadien, Radio-Canada - Les Décrypteurs, en février 2020. Nous avons également ajouté deux *nouveaux classements* en août 2020 afin d'offrir à nos partenaires de vérification des faits une plus grande latitude afin de mieux faire ressortir leurs recherches.

▶ [NOUVEAU] **Protection des catégories de pages liées aux actualités:**

La désignation d'une page d'actualités peut impliquer un niveau inhérent de crédibilité pour les gens, et nous voulons nous assurer que seules les pages qui publient principalement des actualités sont identifiables comme telles sur Facebook. Au Canada, nous avons limité la possibilité pour toute page de choisir elle-même une catégorie liée aux actualités. Désormais, pour avoir une désignation liée aux actualités, les pages doivent être enregistrées dans l'*index des pages d'actualités*.

▶ [NOUVEAU] **Réduction du contenu politique dans le fil d'actualité:**

Les Canadiens nous disent souvent qu'ils ne veulent pas que le contenu politique envahisse leur fil d'actualité. À la lumière de ces commentaires, nous avons *annoncé* en février 2021 que nous commençons à tester au Canada et

dans quelques autres pays différentes approches pour réduire la distribution de contenu politique dans le fil d'actualité. Pour déterminer l'efficacité de ces nouvelles approches, nous allons interroger les gens sur leur expérience pendant ces tests. Il est important de noter que nous ne supprimons pas complètement le contenu politique de Facebook. Notre objectif est de préserver la possibilité pour les utilisateurs de trouver et d'interagir avec du contenu politique sur Facebook, tout en respectant l'appétit de chacun pour ce contenu se trouvant dans le haut de son fil d'actualité.

- ▶ **Détection et suppression des faux comptes grâce à l'intelligence artificielle:** Nous bloquons des millions de faux comptes chaque jour afin qu'ils ne puissent pas diffuser de fausses informations. Au 1er trimestre de 2021, nous avons pris des mesures contre 1,3 milliard de faux comptes. Nous avons également indiqué dans notre rapport sur les Standards de la communauté du 1er trimestre de 2021 que notre taux de détection proactive était de 99,8 %, ce qui signifie que nous avons trouvé et signalé 99,8 % des comptes en infraction avant qu'ils ne nous soient signalés.
- ▶ **Littératie numérique:** À l'approche des élections fédérales de 2019, nous nous sommes associés à MediaSmarts pour diffuser une campagne publicitaire bilingue visant à aider les gens à prendre des décisions plus éclairées sur ce qu'ils doivent lire, à qui faire confiance et quoi partager. Nous avons poursuivi notre partenariat de longue date avec MediaSmarts et nous relancerons une campagne de littératie numérique similaire lors des prochaines élections fédérales.
- ▶ **Transparence du contenu:** En septembre 2018, nous avons lancé un *bouton contextuel* pour fournir aux gens davantage d'informations générales sur les éditeurs et les articles qu'ils voient dans le fil d'actualité afin qu'ils puissent décider de ce qu'ils doivent lire, à qui faire confiance et quoi partager. Et en juin 2020, nous avons commencé à *déployer un écran de notification* qui permet aux gens de savoir quand les articles d'actualité qu'ils sont sur le point de partager ont plus de 90 jours.

6. Lutte contre les comportements inauthentiques coordonnés

Assurer la sécurité de nos plateformes est une tâche permanente. Nous nous efforçons constamment de trouver et d'arrêter les campagnes coordonnées qui cherchent à manipuler le débat public sur nos applications. Nous faisons des progrès significatifs et nous nous engageons à garder une longueur d'avance.

Nous considérons les comportements inauthentiques coordonnés (CIC) comme des efforts coordonnés visant à manipuler le débat public dans un but stratégique, les faux comptes étant au cœur de l'opération. Nous nous efforçons de mettre fin à deux types d'activités : 1) les comportements inauthentiques coordonnés dans le cadre de campagnes nationales non gouvernementales et 2) les comportements inauthentiques coordonnés au nom d'un acteur étranger ou gouvernemental.

- ▶ **Comportement inauthentique coordonné (CIC):** Lorsque nous découvrons des campagnes nationales, non gouvernementales, qui comprennent des groupes de comptes et de pages cherchant à tromper les gens sur leur identité et leurs activités en s'appuyant sur de faux comptes, nous supprimons les comptes, pages et groupes inauthentiques et authentiques directement impliqués dans cette activité.
- ▶ **Ingérence étrangère ou gouvernementale (IEG):** Si nous trouvons des cas de CIC menée au nom d'une entité gouvernementale ou par un acteur étranger, nous appliquons les mesures d'exécution les plus larges, y compris la suppression de toute propriété sur la plateforme liée à l'opération elle-même et aux personnes et organisations qui la soutiennent.
- ▶ **Application continue:** Nous surveillons les efforts déployés par les réseaux que nous avons précédemment supprimés pour rétablir leur présence sur Facebook. Grâce à la détection automatique et manuelle, nous supprimons continuellement les comptes et les pages liés aux réseaux que nous avons supprimés par le passé.

Depuis 2017, nos équipes de sécurité chez Facebook ont identifié et supprimé plus de 150 opérations d'influence secrètes pour avoir violé notre politique contre les comportements inauthentiques coordonnés.

Nous investissons également beaucoup dans la sécurité afin de pouvoir détecter et traiter ce type de menaces.

- ▶ Nous avons amélioré notre IA afin de pouvoir détecter et bloquer plus efficacement les faux comptes, qui sont à l'origine d'une grande partie des comportements inauthentiques.
- ▶ Nous avons plus que triplé le nombre de personnes qui travaillent sur les questions de sécurité et de sûreté dans leur ensemble, pour atteindre plus de 35 000 personnes, notamment des experts en sécurité, des ingénieurs en IA et en apprentissage automatique, et des réviseurs de contenu.

35 000

Nous avons plus que triplé le nombre de personnes qui travaillent sur les questions de sécurité et de sûreté dans leur ensemble, pour atteindre plus de 35 000 personnes, notamment des experts en sécurité, des ingénieurs en IA et en apprentissage automatique, et des réviseurs de contenu.

Ces équipes travaillent en permanence à l'identification des menaces - en identifiant des modèles, en faisant des recherches sur les acteurs de la menace, en concevant de nouvelles méthodes de détection et en recherchant la moindre petite erreur de la part de ceux qui veulent faire du mal.

Dans la lutte contre les opérations d'influence secrètes, nous nous concentrons sur le comportement, et non sur le contenu, car c'est le meilleur moyen de mettre fin aux abus, d'où la raison pour laquelle notre travail d'enquête et de mise en œuvre est indépendant du lieu et du contenu. Ils recherchent activement les éléments communs à toute opération d'information:

- ▶ Coordination entre les comptes, entre les pages ou entre les groupes hors ligne;
- ▶ Manipulation ou tromperie; et
- ▶ Un objectif stratégique pour influencer le discours public.

Au cours des quatre dernières années, nous avons partagé nos *conclusions* sur les comportements inauthentiques coordonnés que nous détectons et supprimons de nos plateformes. Dans le cadre de nos *rapports réguliers sur les comportements inauthentiques coordonnés*, nous partageons des informations sur les réseaux que nous supprimons en moins d'un mois afin que les gens puissent voir plus facilement les progrès que nous faisons en un seul endroit.

7. Combattre la haine et l'extrémisme au Canada

Facebook s'oppose fermement à la haine. Nous n'autorisons pas les *discours haineux* sur Facebook, car ils créent un environnement d'intimidation et d'exclusion et, dans certains cas, peuvent promouvoir la violence dans le monde réel. Nous interdisons également aux groupes qui proclament une mission haineuse et violente d'être présents sur nos applications et nous supprimons le contenu qui les représente, les encense ou les soutienne.

Nos annonces récentes au Canada incluent:

- ▶ **Désignation d'organisations et de personnalités haineuses au Canada:** En 2019, nous avons *désigné* plusieurs organisations et personnalités haineuses canadiennes - notamment Faith Goldy, Kevin Goudreau, le Front nationaliste canadien, Aryan Strikeforce, Wolves of Odin et Soldiers of Odin (Canadian Infidels - et *leur avons interdit toute présence ultérieure sur Facebook et Instagram*. Nous avons également supprimé la représentation affiliée de ces entités, y compris les pages et groupes liés.

- ▶ **Lancement du Réseau mondial contre la haine:** En juillet 2020, Facebook Canada *s'est associé au Centre on Hate, Bias and Extremism de l'Université Ontario Tech* pour lancer le Réseau mondial contre la haine. Le Réseau mondial contre la haine s'emploiera à élaborer des stratégies, des politiques et des outils pour combattre la haine et l'extrémisme, notamment en examinant comment elle se propage et comment l'arrêter.
- ▶ **Affiner nos politiques:** Au fur et à mesure que nous apprenons des experts et des autres partenaires, nous continuons à affiner la manière dont nous mettons en œuvre nos politiques pour assurer la sécurité de notre communauté :
 - ▶ **Suppression des stéréotypes nuisibles:** Nous avons mis à jour *nos politiques* afin de tenir compte plus spécifiquement de certains types de discours haineux implicites, tels que les contenus représentant le blackface, ou les stéréotypes sur le peuple juif contrôlant le monde.
 - ▶ **Suppression du contenu niant l'Holocauste:** En octobre 2020, nous avons *annoncé* que nous interdirons le contenu qui nie ou déforme l'Holocauste sur Facebook et que nous dirigerons toute personne vers des informations crédibles hors de Facebook si elle recherche des termes associés à l'Holocauste ou à sa négation. Au Canada, nous avons travaillé en étroite collaboration avec le Centre for Israel and Jewish Affairs (CIJA) et le Canadian Jewish Holocaust Survivors and Descendants (CJHSD).
 - ▶ **Mise à jour de notre application du discours haineux pour les peuples autochtones:** Nous consultons régulièrement les communautés autochtones du Canada. À la suite de nos consultations, nous avons ajouté le mot «Squaw» comme terme discriminatoire qui enfreint nos politiques en matière de discours haineux.
 - ▶ **Élargissement de notre politique relative aux organisations et individus dangereux :** En août 2020, nous avons *élargi* notre politique relative aux organisations et individus dangereux afin de traiter les organisations et mouvements qui ont démontré des risques importants pour la sécurité publique, mais qui ne répondent pas aux critères rigoureux pour être désignés comme organisation dangereuse et incidemment interdite de toute présence sur notre plateforme. Par conséquent, nous prenons des mesures contre les pages, groupes et comptes Instagram ou Facebook liés à des groupes anarchistes hors ligne qui soutiennent des actes violents au milieu de manifestations, à des organisations de miliciens basées aux États-Unis et à QAnon. Dans le cadre de ces mises à jour au Canada, nous avons retiré Radio-Québec et son fondateur, Alexis Cossette-Trudel, de nos plateformes.

Lire la suite: *Efforts canadiens et mondiaux contre la haine et la discrimination en ligne* (version française [ici](#))

Conclusion

À l'aide de ces sept piliers de notre nouvelle Initiative canadienne pour l'intégrité électorale, nous nous engageons à faire notre part pour soutenir l'engagement civique et protéger nos plateformes contre les abus et l'ingérence. Bien que les risques et les menaces à la sécurité évoluent constamment et ne puissent jamais être complètement éliminés, notre objectif est de rester à l'avant-garde de ces défis et de maximiser l'espace d'expression citoyenne sur nos plateformes.



FACEBOOK