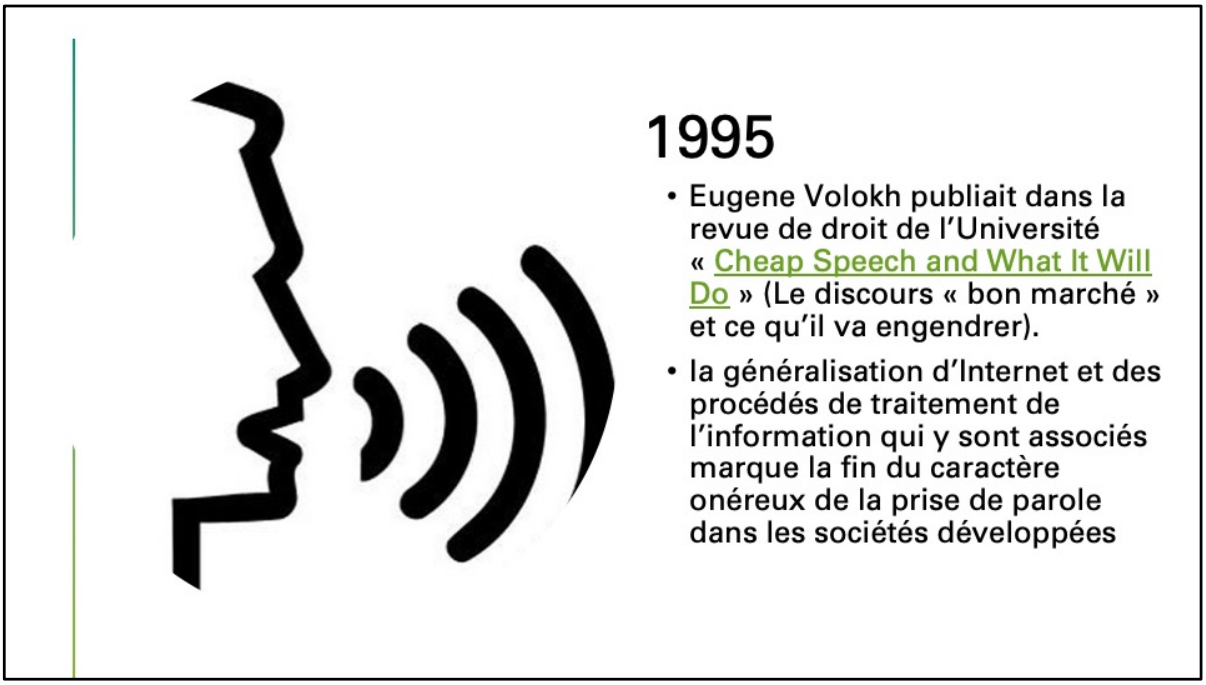
Le numérique engendre un nouveau contexte pour la production et la diffusion des informations. La généralisation des dispositifs connectés à changé le contexte de la production et de la circulation de l'information. Nous sommes passé d'une époque où la production et la diffusion d'informations vers le public constituait une activité onéreuse à un environnement socio-technique où la diffusion est à la portée de pratiquement toute personne dotée d'un téléphone portable connecté.

C'est dans cette dynamique que peut s'envisager la question des fausses nouvelles dans les environnements de réseaux sociaux. On ne compte plus les situations dans lesquelles ont pu se répandre des informations trompeuses, à saveur complotiste ou fondées sur des informations dont la fausseté était avérée.



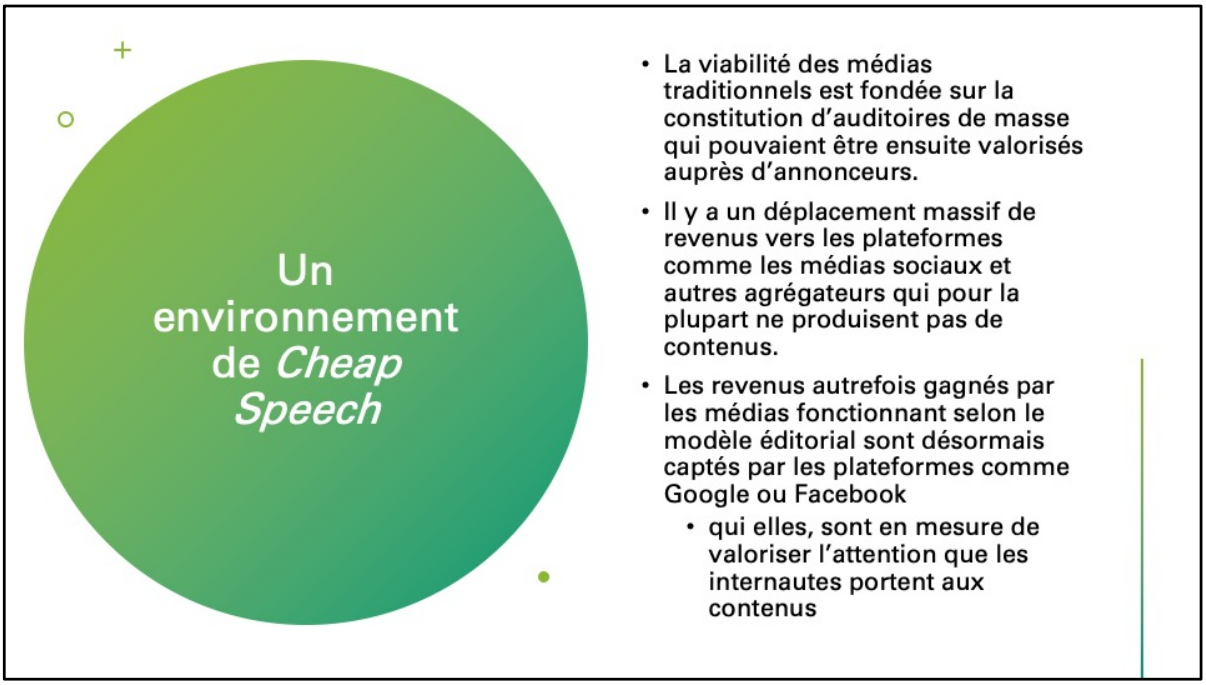
La recrudescence du discours extrême observée depuis quelque temps tient à une pluralité de causes. Mais elle ne semble pas étrangère aux mutations profondes de l'environnement de production et de circulation de l'information induites par « l'internetisation » de nos sociétés. Elle est aggravée par l'attitude de laisser-faire qui dans plusieurs pays tient lieu de politique à l'égard des transformations induites par le numérique.

En 1995, en pleine époque où l'émerveillement suscité par Internet régnait sans partage, le professeur de droit Eugene Volokh publiait dans la Revue de droit de l'Université Yale un article intitulé « *Cheap Speech and What It Will Do* » (Le discours « bon marché » et ce qu'il va engendrer) [< http://www2.law.ucla.edu/volokh/cheap.pdf >]. Le texte développait la thèse selon laquelle la généralisation d'Internet et des procédés de traitement de l'information qui y sont associés sonnait la fin du caractère onéreux de la prise de parole dans les sociétés développées.

L'auteur anticipait que le contexte généré par Internet habiliterait de plus en plus de personnes à disposer d'une tribune. Les auditeurs disposeraient de choix pratiquement illimités. Volokh évoquait également le transfert vers des

intermédiaires techniques comme les réseaux sociaux du pouvoir traditionnellement détenu par les médias d'information, de presse écrite ou audiovisuelle à l'égard de ce que le public a la possibilité de voir, de lire et d'entendre. Il évoquait aussi l'éviction des journaux du marché des petites annonces de même que le fin ciblage des messages publicitaires rendu possible par les traitements massifs des données générées par les interactions numériques.

Tout en reconnaissant les indéniables bénéfices de la tendance lourde en faveur du « *Cheap Speech* », l'auteur remarquait que les groupes extrémistes pourraient être parmi les bénéficiaires de cette modicité du coût d'accès aux audiences que procure désormais l'espace numérique. Le contrôle accru des individus sur ce qu'ils reçoivent en ligne les habilite à préférer des informations de camelote à celles que proposent les médias fonctionnant selon des normes élevées de vérification.



L'environnement du « *Cheap Speech* » a radicalement ébranlé le modèle économique des médias. La viabilité des médias traditionnels est fondée sur la constitution d'auditoires de masse qui pouvaient être ensuite valorisés auprès d'annonceurs. Il y a eu un déplacement massif de revenus vers les plateformes comme les médias sociaux et autres agrégateurs qui pour la plupart ne produisent pas de contenus. Les revenus autrefois gagnés par les médias fonctionnant selon le modèle éditorial sont désormais captés par les plateformes comme Google ou Facebook qui elles, sont en mesure de valoriser l'attention que les internautes portent aux contenus.

Tout cela contribue à fragiliser les médias dotés de capacités de production de contenus validés selon des méthodes éprouvées. Cette tendance s'est accompagnée d'une recrudescence de sites proposant des contenus principalement destinés à capter l'attention des internautes, notamment en les confortant dans leurs croyances. Le contrôle de ce qui est effectivement vu par les individus échappe de plus en plus à ceux qui exercent un contrôle de la validité de ce qui est diffusé. Voilà réunies les conditions propices au foisonnement sans précédent de « fausses nouvelles ».

Aux États-Unis (et sans doute au Canada), le recul de la presse locale a affaibli la capacité des médias à se livrer à une réelle surveillance des activités des élus locaux.

De même, le faible coût de la présence en ligne a rendu plus accessible la diffusion du discours extrême, haineux ou complotiste qui existait bien avant Internet. La disponibilité d'Internet a ouvert des possibilités sans précédent de diffusion aux groupes extrémistes comme le Ku Klux Klan et autres hordes racistes. Les médias sociaux réduisent les coûts de l'action collective. Cela vaut pour le meilleur mais aussi, hélas, pour le pire.

La crise de la vérité journalistique tient en partie à ce déplacement du pouvoir éditorial. Celui-ci est de moins en moins aux mains des éditeurs qui produisent des contenus validés en fonction de processus de vérification fondés sur des critères reposant sur de larges consensus. Par leurs faits et gestes, les individus produisent des données numérisées qui peuvent être compilées afin de calculer ce qui est de nature à capter leur attention. En mesurant ce qui est susceptible d'attirer l'attention des individus, il est rentable de leur pousser des contenus qui captent leur attention sans égard à la valeur du système de validation dont ils sont issus. Dans cet univers où tout peut être diffusé, les informations sont fréquemment acheminées à l'usager en fonction des calculs sur ses prédilections produits par les algorithmes. Il en découle qu'une portion significative des contenus circulant ans les environnements de réseaux sociaux peut émaner de processus de validation reposant sur toutes sortes de croyances.

La vérité journalistique

- découle de la validation des affirmations diffusées. Cette validation est fonction du système de croyances à partir duquel on détermine ce qui est tenu pour conforme à la vérité
- le déplacement du pouvoir éditorial change les conditions de validation des informations

La crise de la vérité journalistique tient en partie au déplacement du pouvoir éditorial qui est caractéristique de l'environnement de « cheap Speech ».

La vérité journalistique découle de la validation des affirmations diffusées. Cette validation est fonction du système de croyances à partir duquel on détermine ce qui est tenu pour conforme à la vérité. Mais dans les sociétés démocratiques, il coexiste une pluralité de systèmes de croyances. Il y a donc plusieurs systèmes de validation. D'où une coexistence d'une pluralité de vérités journalistiques. Dans le monde hyperconnecté, ces « vérités » se trouvent en concurrence pour l'attention des individus connectés.

Dans le modèle médiatique traditionnel, l'information est choisie et ordonnancée par un éditeur selon un processus de validation reflétant ses valeurs. Dans l'univers médiatique dominé par les réseaux sociaux, les contenus sont poussés vers les usagers en fonction du calcul des prédilections des individus. La fonction éditoriale, celle qui préside à l'évaluation et aux choix des informations à être diffusés se trouve supplantée par des processus automatisés livrant les informations qui captent l'attention des usagers, sans égard à leur conformité à un système crédible de validation.

La création de la valeur /
Dans le modèle éditorial des médias hérité du 20e siècle:

- une certaine coïncidence entre l'exercice des fonctions éditoriales et la valorisation de l'attention.
- Les médias sont en concurrence pour capter puis valoriser l'attention des individus.
- Les revenus issus de la publicité tiennent en bonne partie aux capacités de proposer aux lecteurs une offre d'information valide et validée.
- Les faits sont tenus pour incontestables, les différences entre les médias se manifestent surtout au regard de leur interprétation.
- Les interprétations peuvent varier en fonction de critères de rigueur qui diffèrent surtout au niveau des nuances et des accents.

Dans le modèle éditorial des médias hérité du 20e siècle, il y a une certaine coïncidence entre l'exercice des fonctions éditoriales et la valorisation de l'attention. Les médias sont en concurrence pour capter puis valoriser l'attention des individus. Les revenus issus de la publicité tiennent en bonne partie aux capacités de proposer aux lecteurs une offre d'information valide et validée. Les faits sont tenus pour incontestables, les différences entre les médias se manifestent surtout au regard de leur interprétation. Les interprétations peuvent varier en fonction de critères de rigueur qui diffèrent surtout au niveau des nuances et des accents.

La capacité désormais aux mains des plateformes intermédiaires de livrer aux individus des informations en fonction de leurs croyances ou préférences installe une concurrence entre les « vérités » journalistiques. Lorsque la diffusion de nouvelles vers chaque individu procède essentiellement d'un calcul de ce qui est susceptible d'attirer son attention, il n'y a aucune garantie que l'information validée sera celle qui captera l'attention. L'information pourra tout aussi bien refléter les croyances ou la « vérité » de chaque individu que des analyses fondées sur de solides vérifications.

En pareil contexte, les politiques publiques doivent rechercher l'adéquation des ressources mises à la disposition des médias opérant selon des systèmes légitimes de validation. En contexte démocratique, on ne peut éviter la pluralité des systèmes de détermination de la vérité. Mais il est légitime de rechercher, au moyen de mesures réglementaires ou fiscales, le renforcement des processus de production et de diffusion d'information fondés sur des démarches de validation rigoureuses.

Dans l'univers des plateformes en ligne

- la diffusion de nouvelles vers chaque individu
- procède essentiellement d'un calcul de ce qui est susceptible d'attirer son attention,
- il n'y a aucune garantie que l'information validée sera celle qui captera l'attention.
- L'information pourra tout aussi bien refléter les croyances ou la « vérité » de chaque individu que des analyses fondées sur de solides vérifications.

Dans un monde où chacun est à même de participer aux conversations dans l'espace du réseau, l'accès aux contenus médiatiques s'effectue de plus en plus via les plateformes des médias sociaux. Les fils d'actualités de chacun des détenteurs de comptes reflètent leurs prédilections. La teneur des fils d'actualités de Twitter ou Facebook sont en bonne partie déterminés par les préférences de l'individu telles que révélées par les données produites via la compilation de ses faits et gestes.

Le marché de la publicité en ligne repose sur le calcul de l'attention de chacun des individus. La capacité de mesurer l'attention tient à la possibilité de collecter et d'analyser les masses de données générées par les individus connectés. Cette capacité est aux mains des plateformes. Elles sont en mesure de détecter automatiquement ce qui a toutes les chances de capter l'attention d'un lecteur.

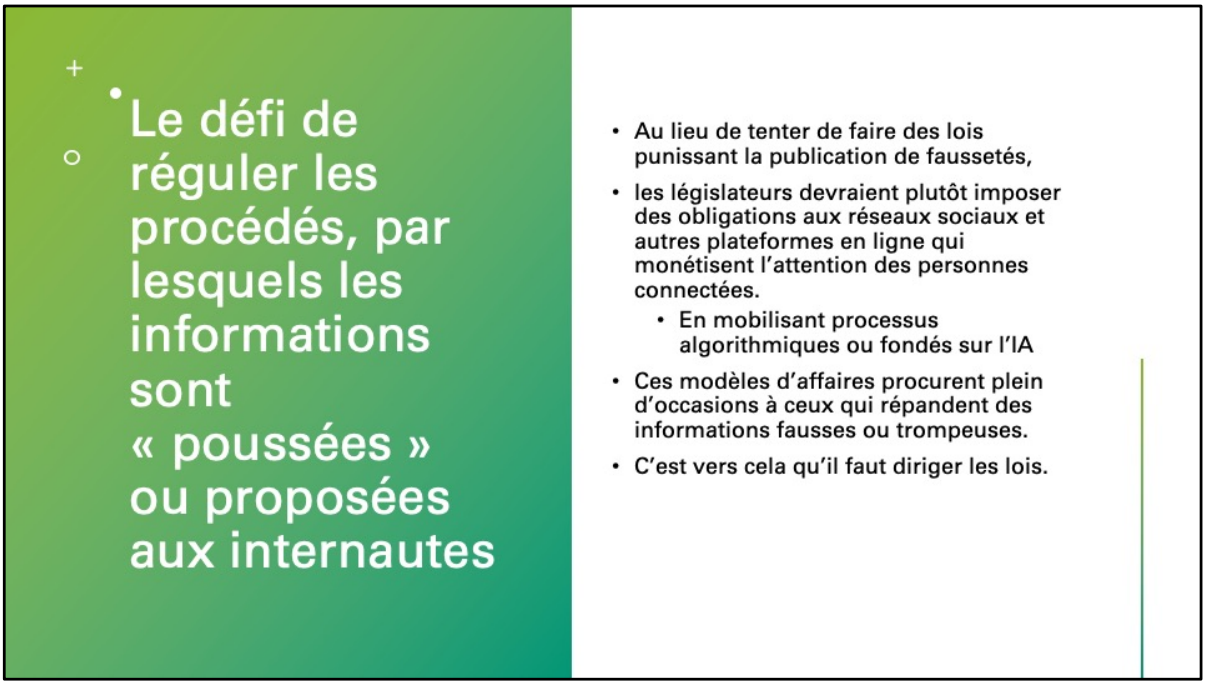
La publicité et les revenus qui viennent avec sont contrôlés par les plateformes qui exercent une maîtrise sur les données. Une maîtrise qui leur permet de réaliser la valeur de ces données massifiées. Les capacités de valoriser des contenus se trouvent aux mains de ceux qui maitrisent les capacités de calcul et de valorisation de l'attention.

Comme l'a rappelé Tim Wu, dans son livre *Les marchands d'attention*, (*The Attention Merchants*) l'exploitation de l'attention des individus ne vise pas à leur procurer une capacité de contrôler ce qu'ils voient ou écoutent. L'exploitation attentionnelle génère de la valeur en sollicitant les plus vils instincts. Ce n'est pas une démarche d'information, c'est un processus de création de valeur.

Les réseaux sociaux et autres plateformes en ligne font usage de dispositifs de calcul de l'attention des individus. Plutôt que de tenter de punir à la pièce les informations fausses, il faut doter l'environnement médiatique connecté d'un encadrement par lequel des autorités indépendantes pourront exiger des comptes. De telles règles devraient obliger à la transparence dans le fonctionnement des mécanismes algorithmiques de sélection et d'échanges d'information. Il s'agit de garantir que les processus techniques qui déterminent les informations que les gens reçoivent et voient opèrent de façon loyale et que les risques de manipulation sont maîtrisés.

À ce jour, les plateformes de partage et les réseaux sociaux qui ont recours à des processus de création de la valeur fondés sur le calcul de l'attention des individus connectés ne sont pas soumis à des obligations de reddition de comptes. Pour garantir un environnement médiatique loyal et transparent, il est irréaliste de se mettre à courir après tous les gens qui disent ou écrivent des « faussetés ». Les lois doivent surtout viser les processus par lesquels il est rentable de faire circuler les informations trompeuses. Les autorités publiques indépendantes doivent être en mesure d'investiguer et d'exiger des comptes de la part des entreprises qui génèrent de la valeur avec les différents processus de traitement et de calcul de l'attention des masses d'individus connectés.

Il y a toujours eu des fausse nouvelles. Ce qui est nouveau, ce sont les procédés, fondés sur les algorithmes et l'intelligence artificielle, par lesquels les informations sont « poussées » ou proposées aux internautes. Au lieu de tenter de faire des lois punissant la publication de faussetés, les législateurs devraient plutôt imposer des obligations aux réseaux sociaux et autres plateformes en ligne qui monétisent l'attention des personnes connectées. Ces modèles d'affaires procurent plein d'occasions à ceux qui répandent des informations fausses ou trompeuses. C'est vers cela qu'il faut diriger les lois.

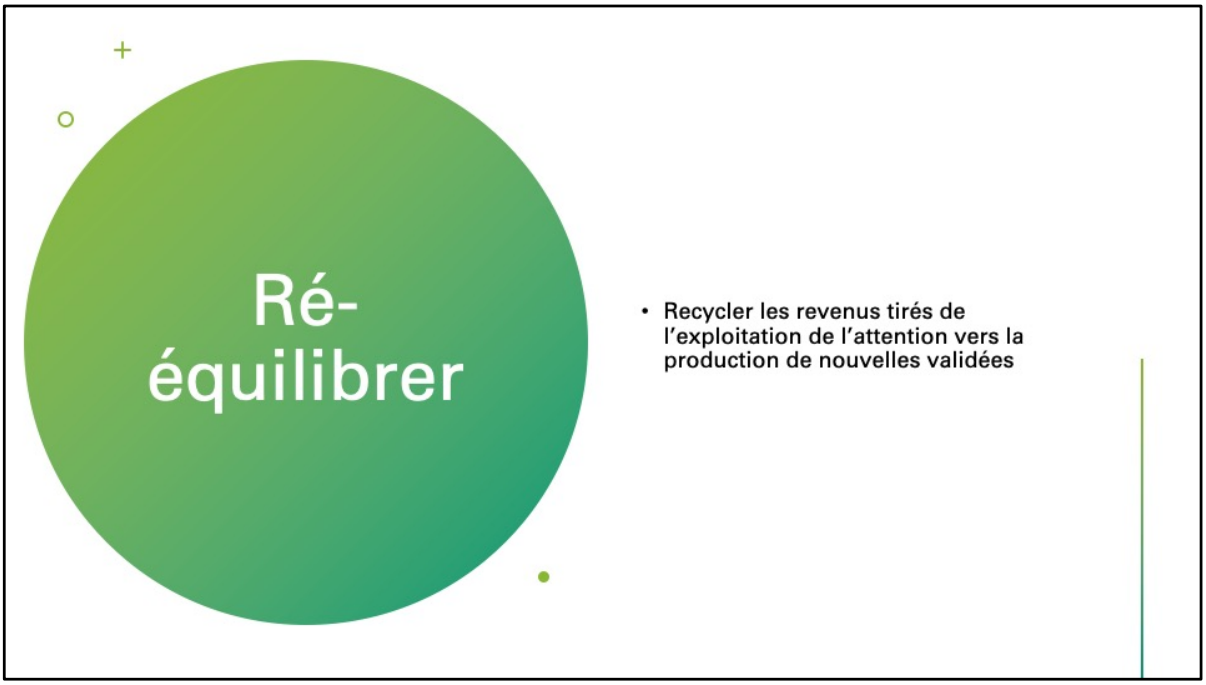


Désormais, la publicité est ciblée en fonction de calculs algorithmiques. Les plateformes comme Facebook sont conçues de manière à permettre à ceux qui veulent y faire de la publicité de cibler leurs messages vers les usagers dont le profil de consommation d'images, de textes et de sons correspond aux types de « consommateurs » visés. Dans un tel modèle, il y a peu d'incitatifs économiques à privilégier la diffusion d'informations validées. Il n'y a plus de citoyens… que des consommateurs !

Ces processus fonctionnent au moyen de puissants algorithmes qui rendent possible la valorisation du temps passé par chaque internaute sur des pages. Cela s'appelle la valorisation de l'attention. Ce qui génère des revenus publicitaires, est l'attention qu'un contenu obtient auprès des usagers. Ce n'est pas la qualité, ni l'importance du sujet qui compte. C'est encore moins les conséquences que telle ou telle information pourrait avoir qui sont prises en compte pour décider de l'importance de la nouvelle. Ce qui est crucial est l'attention que tel segment d'information parvient à capter. À ce jeu-là, une information archi-fausse peut être considérée « importante » dès lors qu'elle génère l'attention de ceux qui ne demandent qu'à y croire !

De tout temps, il y a eu des fausses informations diffusées pour servir les intérêts des

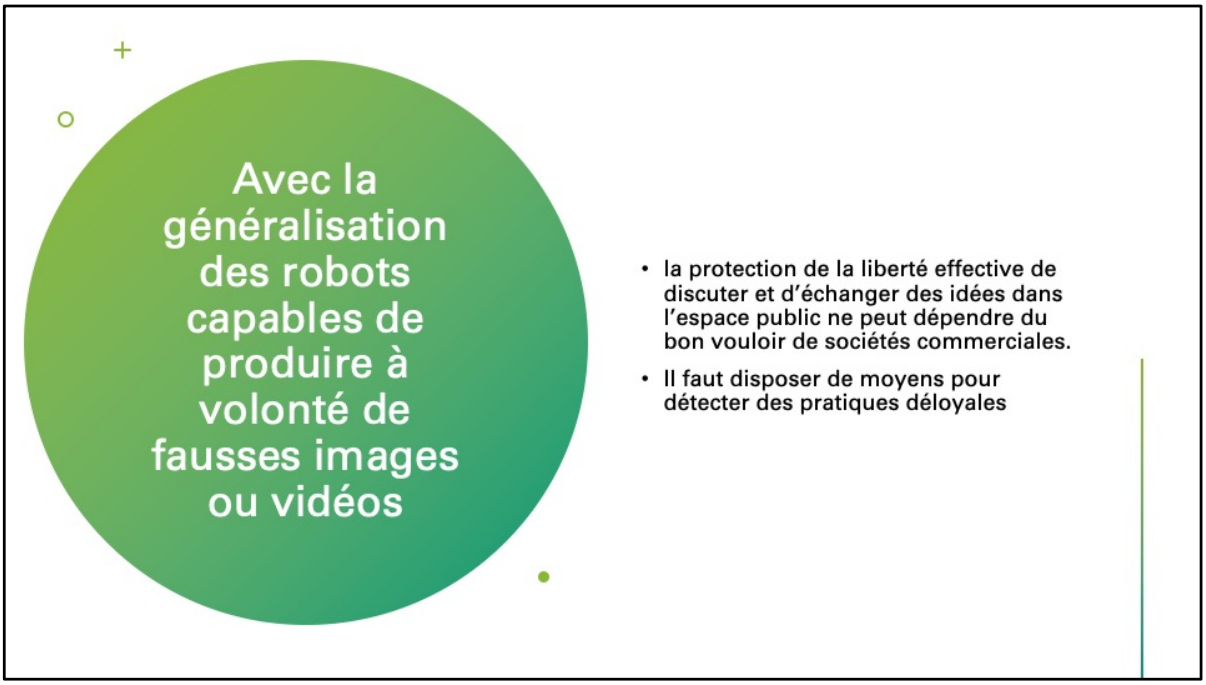
uns et des autres. Ce qui est inédit dans le phénomène actuel des fausses nouvelles c'est qu'elles peuvent constituer d'importantes sources de revenus publicitaires pour les plateformes sur lesquelles elles se répandent. Ces revenus devraient au moins être réinvestis dans la production d'informations de qualité.



Pourra-t-on encore longtemps laisser sans obligation d'imputabilité ces processus algorithmiques qui décident de ce que l'on saura ou qu'on ne saura pas ? Faut-il laisser régir les espaces publics de délibération par des processus automatisés, fondés principalement sur des « décisions d'affaires » comme si cela n'avait rien à voir avec les impératifs démocratiques? Est-il sain que les revenus publicitaires soient distraits du financement de l'information validée ? Ne devraient-ils pas être en partie recyclés dans les contenus ?

La circulation loyale de l'information est pourtant une condition de la qualité des processus démocratiques. La lutte aux fausses nouvelles est donc un enjeu de politique publique. Dans un État de droit, il est essentiel de garantir la transparence et la viabilité des infrastructures essentielles aux délibérations démocratiques. Les processus par lesquels se répandent les informations dans ces univers où tout se diffuse de manière virale devraient être balisés de manière à garantir la disponibilité effective d'informations fiables.

Face à ces pratiques de désinformation, la protection de la liberté d'expression paraît mal calibrée. L'environnement dans lequel circulent les informations est très différent de celui qui prévalait lorsque les protections prévues par nos lois ont été mises en place. Dans beaucoup de pays, notamment au Canada et aux États-Unis, la protection contre les violations de la liberté d'expression est orientée vers les mesures émanant de l'État. Or, les activités expressives se déroulent de plus en plus dans des environnements relevant d'entreprises privées comme Facebook, Parler ou Twitter. Ces entreprises disposent d'un droit de vie ou de mort sur les activités expressives. Le pouvoir de supprimer les comptes utilisés par des groupes conspirationnistes pour diffuser des propos incendiaires ou délirants se trouve aux mains d'entreprises qui peuvent agir à leur guise au fil de ce qu'ils perçoivent être ou non dans leur intérêt.



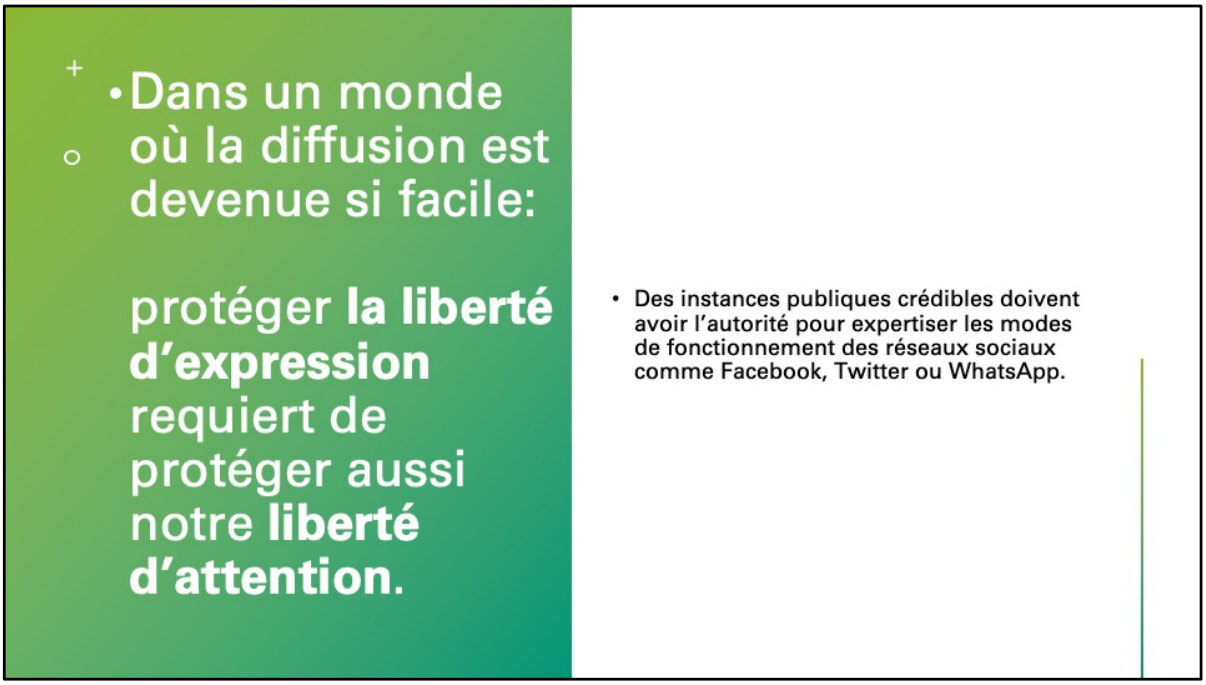
Avec la généralisation des robots capables de produire à volonté de fausses images ou vidéos, la protection de la liberté effective de discuter et d'échanger des idées dans l'espace public ne peut dépendre du bon vouloir de sociétés commerciales. Il faut disposer de moyens pour détecter des pratiques déloyales comme celles des émules du candidat Bolsonaro lors des élections brésiliennes. On avait alors inondé WhatsApp d'images et de propos archi-faux sur de prétendus complots pédophiles imputés aux opposants à celui qui est devenu le président de la plus grande démocratie d'Amérique du sud.

Dans un monde où l'attention des auditeurs constitue la ressource rare, la protection de la liberté d'expression doit être recalibrée. Il faut des mécanismes transparents de régulation capables d'assurer la loyauté des pratiques expressives au sein des réseaux. Évidemment, il importe de réguler les messages en fonction de leur contenu fautif. Mais il faut aussi une régulation au niveau des processus alimentés aux algorithmes et à l'intelligence artificielle réglant la circulation des informations dans ces réseaux. Des instances publiques crédibles doivent avoir l'autorité pour expertiser les modes de fonctionnement des réseaux sociaux comme Facebook, Twitter ou WhatsApp.

Dans un monde où l'attention des auditeurs constitue la ressource rare

- Il faut recalibrer la protection de la liberté d'expression
- Des mécanismes transparents de régulation capables d'assurer la loyauté des pratiques expressives au sein des réseaux.

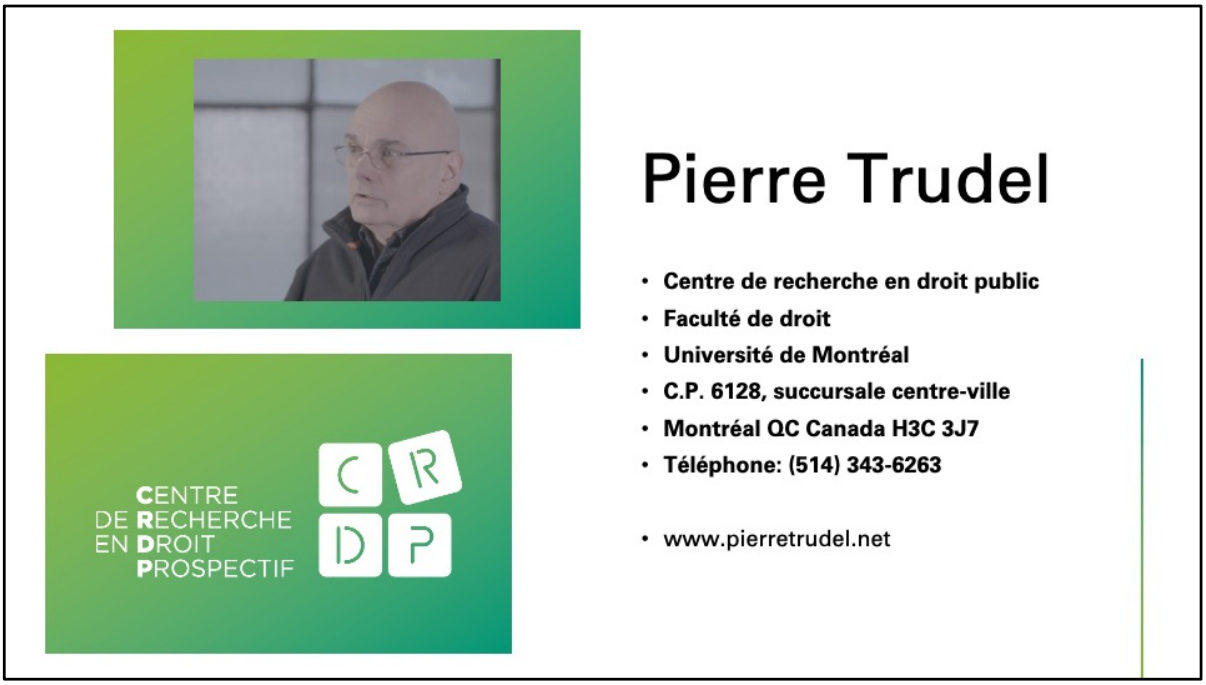
Évidemment, il importe de réguler les messages en fonction de leur contenu fautif. Mais il faut aussi une régulation au niveau des processus alimentés aux algorithmes et à l'intelligence artificielle réglant la circulation des informations dans ces réseaux.



Dans cet esprit, le récent rapport de la Commission canadienne de l'expression démocratique fait un ensemble de propositions pour la mise en place de mécanismes destinés à protéger l'intégrité des échanges en ligne. Ce groupe d'experts, au nombre desquels il y a le doyen de la Faculté de droit d'Ottawa et l'ancienne juge en chef de la Cour suprême, identifie les mesures à mettre en place pour protéger les Canadiens contre les préjudices en ligne sans tomber dans la censure. On y rappelle que les plateformes ne sont pas des diffuseurs neutres. Les plateformes structurent le contenu en fonction de leurs intérêts commerciaux. Elles doivent donc avoir une plus grande responsabilité pour les préjudices qu'elles se trouvent à amplifier ou à propager. La Commission propose d'imposer aux messageries et aux plateformes de réseaux sociaux un devoir légal d'agir de façon responsable. Cela vaudrait aussi pour les moteurs de recherche et d'autres opérateurs impliqués dans la circulation de contenus générés par les utilisateurs.

Pour assurer l'implantation de ces nouvelles obligations, un organisme public de réglementation serait habilité par la loi à superviser la gouvernance des plateformes. Il exercerait aussi une surveillance des activités de modération des contenus en tenant compte de la diversité des modèles d'interactions en ligne. Un tel organisme surveillerait les décisions relatives aux procédés (souvent automatisés) par lesquels les plateformes laissent circuler en ligne les sons, textes et images. Les décisions

d’une telle instance réglementaire devront être fondées sur les lois et sujettes à un processus transparent de révision.



Pierre Trudel est professeur titulaire au Centre de recherche en droit public (CRDP) – désormais droit prospectif- de la Faculté de droit de l'Université de Montréal. Il a été professeur invité aux Universités Laval (Québec), Paris II (Panthéon-Assas) et Namur (Belgique). En 1986-88, il a été directeur de la recherche du Groupe de travail fédéral sur la politique de radiodiffusion. De 1990 à 1995, il a été directeur du Centre de recherche en droit public de l'Université de Montréal. Il est chercheur associé au CEFRIO, membre du Conseil du Centre d'études sur les médias et membre de la Société royale du Canada. Entre 1996 et 2000, dans le cadre de projets de coopération sur le développement des médias en Afrique de l'Ouest, il a enseigné à l'Université Nationale du Bénin, à l'Université de Conakry et a dispensé des formations au Mali, en Côte d'Ivoire et au Burkina Faso. De 2003 à 2015, il a été le premier titulaire de la Chaire L.R. Wilson sur le droit des technologies de l'information et du commerce électronique. En 2018, le Gouvernement du Canada l'a désigné comme membre du groupe d'experts chargé de la révision des lois sur la radiodiffusion et des télécommunications. Il enseigne en droit de l'information et en droit du cyberespace. Il est l'auteur de plusieurs livres et articles en droit des médias et en droit des technologies de l'information.
Le site <www.pierretrudel.net> diffuse l'ensemble de ses activités académiques et professionnelles.