

le débat du jour

Que peut-on dire et ne pas dire sur les réseaux sociaux ?

Le journal « The Guardian » vient de révéler une série de règles internes à Facebook concernant la modération. Des normes assez floues et contestables.

« Les réseaux sociaux ont un minimum de responsabilité »

Jacques Englebert

Jacques Englebert est docteur en droit, avocat et professeur à l'Université libre de Bruxelles (ULB). Il est spécialisé en droit des médias et en droit d'auteur.

Selon Jacques Englebert, Facebook ne peut pas être considéré comme un simple intermédiaire technique.

Après les révélations du « Guardian », on a l'impression qu'il n'y a pas vraiment de règles précises concernant la modération. Qu'en est-il ?

Il faut distinguer les règles internes, que les opérateurs s'imposent à eux-mêmes et qui sont donc des règles unilatérales communiquées à l'occasion d'une demande d'accès aux services, et tout ce qui a trait à la question plus subtile, plus délicate : jusqu'où peut-on aller dans l'expression sur internet et à quel moment le média qui autorise l'accès à internet doit intervenir pour modérer, voire censurer votre propos ? Il y a quelque temps, il y a eu l'arrêt de la Cour européenne des droits de l'homme, l'arrêt Delfi, qui a considéré que la plateforme était responsable de son contenu et qu'elle devait modérer. Quelques mois plus tard, un second arrêt est tombé où la Cour semble être fortement revenue en arrière, indiquant qu'un simple intermédiaire technique n'est pas responsable du contenu. Facebook et plus largement les réseaux sociaux n'ont-ils pas la responsabilité sociale et juridique de vérifier le contenu ? Il me semble qu'une réponse raisonnable peut être celle-ci : il y a un minimum de responsabi-

lité car ils contribuent en facilitant la diffusion d'une information. Mais une fois que l'on a dit cela, on n'a encore rien dit : qu'est-ce qui peut être dit plus précisément, qu'est-ce qui ne peut pas l'être ? Où est la limite ? Notamment par rapport au principe de la liberté d'expression. Notion évaluée de façon très différente selon les continents, les régimes politiques...

Dans le cas de Facebook, ce qui est dérangeant concernant les règles internes de modération, c'est qu'elles ne semblent pas très précises, elles semblent laissées à l'appréciation d'individus. Qu'une société privée comme Facebook fixe des règles, cela ne me choque pas. Mais encore faut-il qu'elles soient rendues publiques, appliquées à la lettre et cohérentes.

Pensez-vous qu'on pourrait raisonnablement demander à Facebook d'avoir des règles précises, cohérentes et rendues publiques ?

Pour moi, ce serait la moindre des choses. Bien sûr, si les règles sont trop strictes, Facebook pourrait perdre des clients. Mais il me semble quand même que la société gagnerait à dire quelles sont les règles, quitte à ce qu'elles ne soient pas les mêmes partout. La transparence dans les règles, c'est la base selon moi. Pour pouvoir adapter son comportement. Pour avoir également l'occa-

sion de quitter la plateforme si ces règles ne me conviennent pas.

Par rapport à la liberté d'expression, le système du « Notice and take down », c'est-à-dire la possibilité de pointer du contenu apparemment illicite et de contraindre l'opérateur à vérifier, me semble le moins mauvais même s'il n'est pas satisfaisant. Sans cela, les opérateurs peuvent parfois être tentés de fermer des pages dès qu'ils ont un doute. Or, il faut tout de même se rappeler que la Cour européenne des droits de l'homme dit que la liberté d'expression vaut d'abord pour des expressions qui choquent, dérangeant ou inquiètent une partie de l'opinion.

Avez-vous l'impression d'un deux poids deux mesures concernant Facebook. Intransigeant par exemple sur les questions de nudité et beaucoup plus permissif sur d'autres ? On voit bien en tout cas que les contenus ne dérangent pas de la même façon. Facebook a clairement un problème avec la pudeur qui nous fait revenir des dizaines d'années en arrière. Il en a beaucoup moins avec des sites ou des propos illicites au niveau de la haine de l'autre et avec certaines atteintes à la vie privée : des suicides en ligne, des viols en ligne. ■

Propos recueillis par
MATHIEU COLINET

« Une question qui mérite d'être posée à son niveau de radicalité »

Mark Hunyadi

Mark Hunyadi est professeur de philosophie morale et politique à l'UCL. Il est l'auteur notamment de « La tyrannie des modes de vie. Sur le paradoxe moral de notre temps ».

Au vu de l'importance que Facebook a prise au cours des dernières années, il est incompréhensible que les règles de modération qu'il a imaginées soient tenues secrètes selon Mark Hunyadi.

Par ailleurs, l'usage que l'on fait du réseau social n'est pas celui pour lequel il a été conçu pour le philosophe, qui indique que la plateforme a des objectifs de récolte des données personnelles.

Enfin, dans ce monde des algorithmes, la question de la modération fait ressurgir celle du sens, « performance proprement humaine ». Plus globalement, toutes questions selon Mark Hunyadi mériteraient d'être considérées à leur niveau de radicalité.

Des entreprises comme Facebook ont-elles une responsabilité sociale par rapport au contenu qui se trouve sur leurs plateformes selon vous ?

Oui, de par l'importance que Facebook a prise. L'entreprise est d'une certaine façon obligée du coup de se substituer en législateur, en puissance publique. Ce qui est complètement surprenant, c'est que les règles qui pourraient témoigner de cette responsabilité sont secrètes.

Peut-on faire confiance à Facebook dans son travail de modération ?

Les règles qui régissent celui-ci ne risquent-elles pas de passer après les intérêts commerciaux de l'entreprise, qui fait commerce d'une certaine façon aussi de certains contenus sur ses plateformes ?

Ce n'est pas à l'entreprise de décider ce que doit être sa responsabilité sociale. Facebook n'est pas fait pour l'usage qu'on en fait. Il est important de le comprendre. L'usage que l'on en fait, c'est un usage de communication. Or, Facebook est avant tout fait pour extraire nos données. Ce siphonnage se fait à des fins mercantiles. Cela justifie selon moi que ce ne soit pas à Facebook de faire sa propre loi, au-delà de ses règlements internes. Il est invraisemblable que les règles liées à la modération soient gardées secrètes. En outre, Facebook est au cœur des algorithmes. Il est impossible pour des personnes de contrôler tout le flux lié au réseau social.

L'automatisation fonctionne mais face à des cas limites, de violence, d'abus, de diffamation, ce qui est requis, c'est une interprétation de la part de modérateurs. Or, elle est hors de portée d'algorithmes. Ces derniers sont incapables de décider, par exemple, si la violence mise en scène est sadique ou sert la dénonciation : perfor-

mance mentale proprement humaine, qui a trait au sens qu'ont les images.

Avec Facebook, on est au cœur du monde des algorithmes. Et pourtant, ces cas limites illustrent des choses que les algorithmes ne peuvent pas faire. Facebook veut d'ailleurs embaucher 3.000 personnes de plus.

Concevoir des règles qui prennent en compte toutes les situations pouvant survenir, est-ce possible ?

Par ailleurs, si vous deviez placer des balises sur le chemin de ces règles, quelles seraient-elles ?

Très vaste question. Il faudrait que des institutions, comme les institutions européennes, réfléchissent à cela. Pour l'heure, l'Europe réfléchit à des questions comme celles de la sécurité, de la protection des données. Mais c'est très très loin des véritables enjeux sociaux, civilisationnels et anthropologiques que porte la numération en elle. Pour répondre à cette question, il faudrait organiser des états généraux du numérique ou quelque chose qui y ressemble avec des tas d'interlocuteurs. Le problème, c'est que nos politiques ne prennent pas cette question à son niveau de radicalité. ■

Propos recueillis par MATHIEU COLINET