

Résumé

Les intermédiaires agissent comme des transmetteurs de contenu entre les fournisseurs et les utilisateurs finaux. Il peut s'agir de moteurs de recherche, de médias sociaux (Facebook), de plateformes multimédia (YouTube), de services de microblogging (Twitter) ou des services de messagerie (WhatsApp, Telegram). Dans les sociétés numériques, les nouvelles et les informations pertinentes sont de plus en plus sélectionnées, structurées de manière algorithmique et rendues accessibles par ces plateformes. Celles-ci sont considérées comme des sources d'information centrales, qui gagnent en importance et constituent donc un facteur d'influence de premier ordre dans les processus modernes de formation de l'opinion, en particulier à l'approche des élections et des votes. Dans ce contexte, des questions se posent sur les défis et les opportunités que peuvent représenter les acteurs intermédiaires pour le public.

Les principales conclusions concernant les dimensions Communicateur/utilisateur, Contenu et Influence des intermédiaires sont résumées ci-après et utilisées pour identifier le besoin de réglementation et/ou de recherche.

Opportunités et risques de la dimension Communicateur/utilisateur

- Tout d'abord, on peut dire que l'importance accrue des intermédiaires déplace fondamentalement le poids des communicateurs dans l'espace public numérique. Le journalisme d'information professionnel diminue en raison de la baisse des recettes publicitaires et d'une moindre disponibilité à payer. Ces facteurs sont associés à un affaiblissement des normes de qualité journalistique traditionnelles dans l'espace public constitué par les intermédiaires.
- La Suisse affiche un taux d'utilisation d'internet très élevé. Seuls les groupes plus âgés et/ou défavorisés sur le plan de l'éducation y sont comparativement moins actifs. La fracture numérique de premier niveau (first level digital divide) décrite dans la littérature et qui correspond aux différences dans l'accès à l'internet, ne s'observe que dans une très faible mesure en Suisse. En principe, chacun a la possibilité de s'informer passivement sur les processus et décisions politiques pertinents et de participer activement au débat et à l'échange d'informations.
- De plus grandes différences sont observées dans l'éducation aux médias numériques. Les personnes interrogées plus âgées en particulier estiment que leurs compétences

en ligne sont comparativement plus faibles et indiquent donc une fracture numérique de deuxième niveau (second level digital divide) en termes de compétences. Dans ce cas, le manque de ces dernières s'accompagne du risque que les personnes âgées n'aient pas accès aux connaissances qui circulent via les intermédiaires et qui sont potentiellement nécessaires à la formation de l'opinion. Les programmes de formation des adultes dans le domaine de l'éducation aux médias peuvent par exemple remédier à ces lacunes.

- Si l'on considère non seulement l'accès mais aussi la participation des différents acteurs sur les intermédiaires, il s'avère que la population a la possibilité de se faire entendre activement sur Twitter, ce qu'elle fait couramment. Les intermédiaires sont donc en mesure de créer des opportunités de participation pour les acteurs de la société civile et donc de créer un potentiel de démocratisation et de *partage du pouvoir*. Cependant, ces résultats doivent également être mis en relation avec le fait que tous les Suisses n'utilisent pas Twitter de manière active et passive.
- Alors que les nombreux acteurs hétérogènes de la société civile qui s'expriment sur Twitter sont le signe d'un renversement des structures classiques du pouvoir politique et économique, les analyses de la représentation des décideurs politiques montrent que les fonctionnaires ou les aspirants de haut rang en particulier disposent d'un large réseau d'adeptes et que les différences de pouvoir liées aux ressources se retrouvent donc aussi parmi les intermédiaires. Cependant, les politiciens entrent également en contact direct avec les citoyens au-delà des lignes de parti. Twitter ouvre ainsi un forum d'échange direct et non filtré entre les décideurs politiques et le souverain.
- En matière d'influence du public suisse sur les intermédiaires, il existe peu d'informations empiriquement prouvées concernant l'influence des bots sociaux, qui ont le potentiel de fausser l'opinion par des activités de communication illimitées, en particulier en période d'élections et de votations. Les acteurs humains qui ne communiquent pas automatiquement risquent donc de ne plus être perçus, ou de l'être dans une moindre mesure; quant aux utilisateurs, ils risquent de recevoir une fausse image de la répartition des opinions dans la population et, par un effet de spirale du silence, de ne plus oser participer au débat. Il convient ici d'examiner dans quelle mesure l'obligation d'étiquetage pourrait être efficace, par exemple dans le contexte d'initiatives de lutte contre les robots ou d'autres formes d'autorégulation et de corégulation visant à créer la transparence.

Opportunités et risques dans la dimension Contenu

- Les études qui, dans une perspective suisse, traitent de la réactivité, de la délibération/factualité et de la diversité des contenus diffusés sur les intermédiaires

sont limitées. Les résultats précédents donnent des raisons de penser que les principaux thèmes et les positions des contenus diffusés ne diffèrent que partiellement de celles des reportages des médias traditionnels.

- Les faibles barrières d'accès ainsi que la possibilité de communiquer anonymement offrent également aux utilisateurs un espace pour publier des déclarations diffamatoires, inciviles, fausses ou désobligeantes. Il n'existe pas non plus de preuves empiriques pour la Suisse en ce qui concerne l'ampleur exacte du phénomène des discours de haine et de la désinformation. Toutefois, certains éléments indiquent que les contenus et les acteurs populistes atteignent souvent le public par le biais d'intermédiaires. Dans ce cas, l'utilisateur doit s'interroger sur l'intérêt de prendre des décisions et de se forger une opinion sur la base de ces contenus généralement très abrégés et polarisants.

Opportunités et risques de la dimension Influence

- Jusqu'à présent, il y a peu de signes de fragmentation des utilisateurs dans des bulles filtrantes ou des chambres d'écho. Chaque fois que les résultats suggèrent une forte polarisation, ils font généralement référence au contexte américain, qui se caractérise par un climat politique et social très polarisé. Pour la Suisse, en tant que démocratie de consensus largement axée sur le dialogue, il y a actuellement peu de raisons de craindre l'émergence de chambres d'écho et de bulles filtrantes prononcées.
- Un point essentiel à discuter de manière critique est cependant le fait que la sélection algorithmique peut, d'une manière ignorée et non transparente, renforcer le choix ou l'attention portée aux personnes ayant des points de vue et des opinions similaires. Il est particulièrement grave que les mécanismes et les logiques de sélection restent largement opaques pour les utilisateurs et la recherche, les opérateurs de plateformes agissant principalement en fonction de maximes économiques. Des considérations et des mesures visant à imposer aux intermédiaires une obligation de transparence semblent nécessaires.

Enfin, il convient de noter que les connaissances sur les opportunités et les risques que présentent les intermédiaires sont encore incomplètes. Les résultats et les hypothèses sur les opportunités et les risques examinés dans le présent rapport doivent donc forcément être considérés comme incomplets et provisoires.