



17 novembre 2021

Rapport de l'OFCOM

Intermédiaires et plateformes de communication

Effets sur la communication publique et approches de gouvernance



Résumé

La communication publique est un élément central des démocraties. Elle contribue à la formation de l'opinion, au traitement social des thèmes politiques et à la légitimation des décisions politiques. Pendant longtemps, elle a été principalement le fait de médias journalistiques, dont la position particulière est associée à des droits et des obligations spécifiques.

- **De nouveaux acteurs issus de la branche numérique (intermédiaires) ont fondamentalement modifié la communication publique.**

Ces dernières années, diverses offres en ligne (plateformes) se sont établies aux côtés des médias. Les moteurs de recherche (p. ex. Google), les réseaux sociaux (p. ex. Facebook), les plateformes multimédias (p. ex. YouTube) et les services de microblogage (p. ex. Twitter) élargissent les possibilités de communication publique et de formation de l'opinion. Ces nouvelles plateformes de communication ont pour caractéristique commune que leurs exploitants (intermédiaires) ne produisent pas eux-mêmes de contenus pour ces plateformes, du moins pas de manière régulière. En revanche, elles facilitent la recherche d'informations, permettent à des personnes et à des organisations d'adresser à un public potentiellement large leur propre contenu et simplifient la communication publique entre particuliers ou organisations.

Les plateformes constituent une nouvelle infrastructure de communication. Elles appartiennent à quelques entreprises privées actives au niveau mondial et sont basées sur des logiciels qui sont constamment modifiés. Les exploitants des plateformes fixent leurs propres règles de communication et de recherche d'informations et les appliquent de manière largement automatisée, en recourant à des algorithmes et à l'intelligence artificielle. En fin de compte, quelques organisations étrangères décident dans une large mesure sur la base de règles établies et appliquées de manière privée, en dehors de l'Etat de droit, ce qui peut ou ne peut pas être dit publiquement dans l'espace numérique en Suisse, qui peut voir ou ne pas voir quel contenu, et qui est exclu de la communication publique.

Les offres des intermédiaires, désormais utilisées par une grande partie de la population en Suisse, sont devenues de plus en plus importantes pour la formation de l'opinion, en particulier chez les jeunes. Globalement, les plateformes ont acquis une importance significative dans les formes, les processus et la qualité de l'information et de la communication sociales.

- **Les intermédiaires accordent plus d'espace à la liberté, à l'égalité et à la diversité**

Les plateformes permettent de renforcer la démocratisation de la communication publique. Il suffit de disposer d'un smartphone et d'un accès à l'internet pour s'adresser à un public potentiellement très large, ce qui permet plus facilement à des personnes et à des groupes marginalisés dans les médias journalistiques de participer directement au débat public, d'apporter leurs points de vue et aussi d'exprimer publiquement leurs critiques. La diversité des informations et des opinions publiquement accessibles augmente. A l'aide des fonctions correspondantes, les moteurs de recherche, comme les intermédiaires en général, permettent de retrouver plus facilement des informations en fonction de préférences personnelles.

Intermédiaires et plateformes de communication

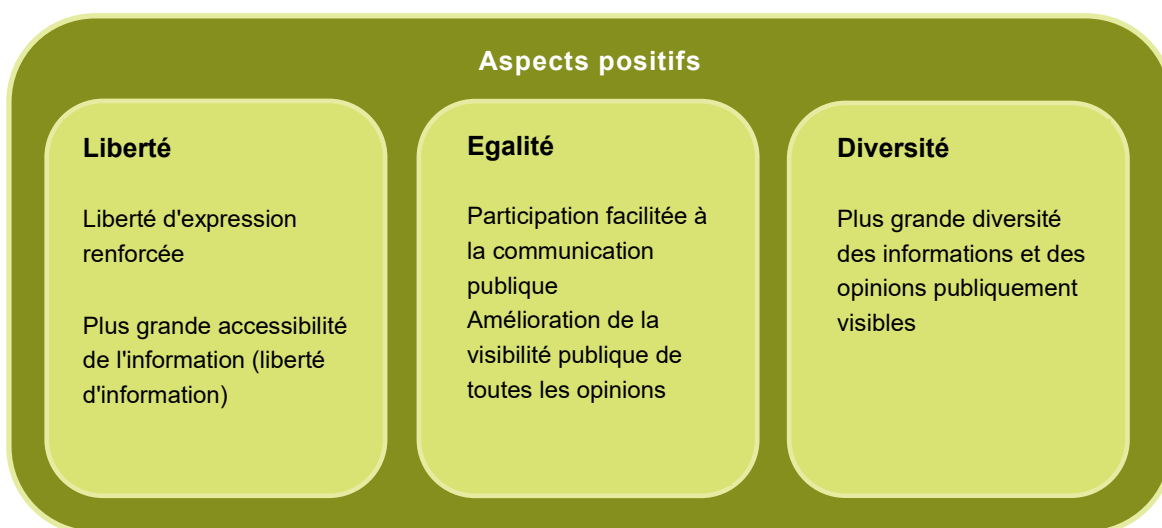


Illustration 1: Aspects positifs pour la communication publique

Les intermédiaires sont donc susceptibles de contribuer à la réalisation de la liberté d'expression et d'information pour tous et d'augmenter la diversité des informations visibles publiquement.

- **Aspects problématiques: Les intermédiaires permettent la diffusion de discours haineux et de désinformation, agissent de manière non transparente et exercent une quasi-censure.**

Le caractère ouvert des plateformes et les faibles barrières techniques d'accès, ainsi que l'absence simultanée de sélection et de contrôle journalistiques et rédactionnels de l'information, ont aussi des conséquences négatives.

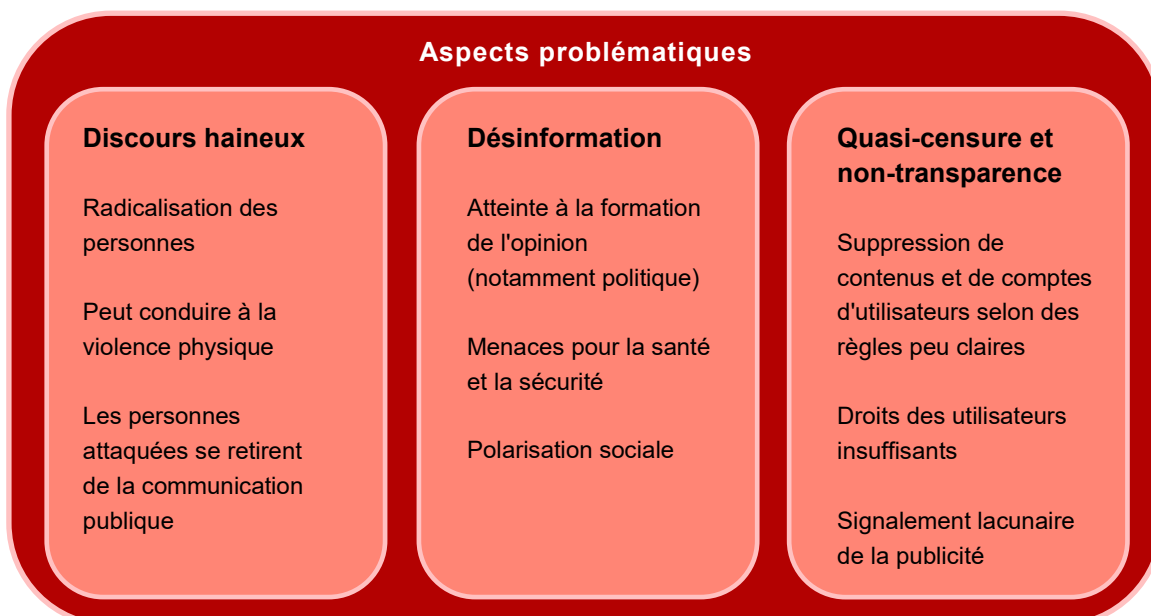


Illustration 2: Aspects problématiques pour la communication publique

Les plateformes permettent à des personnes et à des organisations de diffuser des contenus illégaux ou légaux mais préjudiciables, tels que **des discours haineux et des fausses informations**.

Par **discours haineux**, il faut entendre entre autres des propos racistes ou sexistes, des insultes, des injures, des diffamations, des incitations ou des appels à des actes de violence. Exprimé publiquement, le discours haineux peut conduire à la radicalisation individuelle ou à la violence physique contre les victimes. Il peut aussi pousser des personnes et des groupes sociaux diffamés à

Intermédiaires et plateformes de communication

se retirer, excluant ainsi leurs positions du débat public. Enfin, le discours haineux public sape le droit de la population à un espace numérique sûr.

La propagation du discours haineux a également augmenté en Suisse ces dernières années et n'est pas seulement dirigée contre des personnes et des groupes vulnérables. A la suite de l'adoption de mesures pour lutter contre le Covid-19, fedpol a par exemple constaté une multiplication des attaques à l'encontre de magistrats et de parlementaires.

En vertu de la législation actuelle, le discours haineux est déjà partiellement illégal. Cependant, les poursuites pénales traditionnelles pour de tels propos sont souvent difficiles et lourdes, voire carrément impossibles en raison de l'anonymat fréquent des auteurs et de la nature transnationale de l'internet.

Les plateformes des intermédiaires sont également utilisées pour la diffusion de la **désinformation**. Une distinction est communément admise entre la "désinformation", intentionnelle, manipulatrice et diffusée à dessein, et la "mésinformation" non intentionnelle.

Les campagnes de désinformation de masse sont parfois motivées par des raisons politico-militaires et utilisées par divers acteurs dans le monde entier, par exemple dans le but de semer la méfiance envers les institutions politiques et de créer ou d'aggraver les tensions sociales. Ces activités peuvent avoir de graves conséquences pour les démocraties. La désinformation peut également mettre en danger des biens publics, comme la protection de la santé (p. ex., en prétendant que boire de l'eau de Javel aide à lutter contre le coronavirus) et la sécurité. Enfin et surtout, la désinformation risque de biaiser la formation de l'opinion politique à l'approche d'élections ou de votations.

Outre la diffusion sur les plateformes de contenus illégaux et préjudiciables, la **régulation privée autonome des plateformes sans implication sociale** des intermédiaires est problématique.

Les intermédiaires suppriment des contenus sur la base de leurs propres règles. Dans de nombreux cas, cette pratique ne pose pas de problème et est même socialement souhaitable, par exemple lorsque les intermédiaires sanctionnent de fausses informations qui mettent en danger la santé ou des contenus préjudiciables aux mineurs, et surtout lorsque la suppression est effectuée dans le respect des lois nationales. Cependant, la situation devient problématique lorsque les intermédiaires suppriment systématiquement trop de contenus et de comptes d'utilisateurs (par exemple, en raison de filtres automatisés ou de directives de communication inadéquates). Ce "surblocage" constitue une limitation de la liberté de communication et d'information. De plus, lorsque les intermédiaires suppriment des contenus selon des critères non objectifs ou discriminatoires, ils violent le principe d'égalité de traitement. La situation est également problématique lorsque les intermédiaires suppriment trop peu, notamment dans les cas où les contenus sont illégaux au regard du droit suisse mais admissibles du point de vue des intermédiaires.

Non-transparence. Les intermédiaires ne publient pas de rapports sur le nombre de suppressions et de blocages de comptes en Suisse. Il n'existe aucune base de discussion sur l'ampleur de la diffusion du discours haineux et de la désinformation. La plupart des intermédiaires limitent aussi fortement l'accès aux données pour la recherche. Le manque de transparence des critères de sélection¹ compromet également l'égalité des chances des utilisateurs et, couplé avec les difficultés d'accès aux données, empêche d'évaluer si les suppressions sont systématiquement discriminatoires. En outre, le non-signalement des contenus payants et des bots² constatée sur certaines plateformes rend difficile la mise en perspective des contenus et entrave donc la libre formation de l'opinion.

Droits des utilisateurs insuffisants. Souvent, les utilisateurs n'ont pas accès à des procédures étatiques établies ni à des garanties de procédure contre les décisions de suppression. En outre, les

¹ Critères qui déterminent quel contenu s'affiche pour qui, et quel contenu s'affiche pour de nombreux utilisateurs ou pour quelques-uns seulement.

² Les bots sont des programmes informatiques qui exécutent des tâches répétitives de manière largement automatisée. Dans le domaine de la communication, par exemple, ils sont programmés pour participer à des discussions et pour réagir automatiquement à certaines entrées.

Intermédiaires et plateformes de communication

règles d'utilisation des plateformes sont généralement formulées de manière imprécise et changent fréquemment. Ce flou constitue une menace pour la sécurité juridique des utilisateurs et peut conduire certaines personnes à s'abstenir de diffuser des commentaires critiques par crainte de sanctions, même si ceux-ci seraient autorisés.

➤ **Aspects négatifs: La baisse de l'audience et des revenus publicitaires menace la qualité des médias journalistiques.**

Les plateformes ont des effets négatifs directs sur leurs utilisateurs et sur la communication publique, mais aussi sur les médias journalistiques, et donc indirectement sur l'opinion publique et la société. Elles ne représentent pas seulement un nouveau canal de communication qui vient s'ajouter à la presse écrite, à la radio et à la télévision; elles élargissent et modifient aussi les formes de communication précédentes. Les intermédiaires distribuent des contenus de médias traditionnels via leurs plateformes, créant ainsi un nouveau système hybride, qui intègre les anciens et les nouveaux médias.

Cette nouvelle concurrence provoque une diminution de l'utilisation des médias traditionnels et, par conséquent, des revenus d'audience et des recettes publicitaires, notamment dans la presse écrite. Les recettes publicitaires des journaux suisses ont ainsi chuté de 75% entre 2007 et 2020, passant de 1.76 milliard de francs à 432 millions.

Le recul continu de l'utilisation des médias, des revenus d'audience et des recettes publicitaires menace tôt ou tard la qualité de la production journalistique. En outre, la course à l'audience pousse à la production de contenus provocateurs et sensationnels, car ceux-ci sont davantage consommés. Certes, il n'y a pas de preuve claire que cette logique liée à la réaction des utilisateurs engendre une baisse de la qualité de l'information politique. Néanmoins, les médias d'information couvrent toujours moins de thèmes et de zones géographiques.

➤ **L'Europe et les USA définissent des conditions générales pour encadrer les activités des intermédiaires**

En Europe, au vu de l'importance sociale des plateformes de communication et de leur fort potentiel de dommages, de plus en plus de pays estiment que des obligations de diligence doivent être imposés aux intermédiaires. Aux Etats-Unis aussi, les milieux politiques s'inquiètent des conséquences négatives de la pratique juridique libérale appliquée jusqu'ici. En 2018, le Congrès a décidé que les exploitants de plateformes pourraient désormais être traduits en justice pour des contenus en lien avec la traite des êtres humains et le trafic sexuel. Actuellement, un débat politique et juridique est en cours sur d'autres réformes envisageables de la législation afin de lutter plus efficacement contre le discours haineux, la désinformation, la quasi-censure et la non-transparence.

En Europe, les intermédiaires sont de plus en plus tenus de prendre des mesures contre la propagation du discours haineux et de la désinformation, et d'assurer la transparence. En outre, les droits des utilisateurs vis-à-vis des intermédiaires doivent être renforcés.

L'obligation de coopération des intermédiaires doit être précisées dans des lois spécifiques s'agissant des mesures contre la diffusion de contenus illicites, des réglementations pour une plus grande transparence et du renforcement des droits des utilisateurs (p. ex., dans la future législation sur les services numériques au niveau de l'Union européenne ainsi que dans des lois nationales en Allemagne, en Autriche, en France, au Royaume-Uni, en Irlande et en Belgique).

En règle générale, le régulateur prescrit des objectifs. Il revient cependant aux exploitants des plateformes de décider quelles mesures qu'ils entendent adopter pour atteindre ces objectifs et comment ils les appliquent techniquement. Le régulateur vérifie si les résultats souhaités sont atteints.

En ce qui concerne les mesures contre la diffusion de désinformation, les tentatives d'encadrement se font généralement par le biais de recommandations non contraignantes. Toutefois, des rapports sont actuellement en cours de rédaction dans différents pays à la demande d'autorités ministérielles ou

Intermédiaires et plateformes de communication

de régulation, afin de donner une impulsion à la législation future (p. ex., au Royaume-Uni ou en Allemagne). En outre, des mesures sont prises pour permettre à la population de mieux faire face aux évolutions problématiques (résilience), par exemple en améliorant l'éducation aux médias.

➤ **En Suisse, une large discussion sur la gouvernance des intermédiaires est nécessaire**

L'internet n'est pas un espace de non-droit. Il est soumis à des prescriptions légales tout comme le monde analogique. Les appels à la violence, les atteintes à la personnalité et la discrimination raciale sont interdits par la loi en Suisse également sur les plateformes des intermédiaires. Les plateformes ne constituent pas un espace dérégulé à côté des dispositions légales, mais sont régies par les lignes directrices communautaires privées édictées par les intermédiaires. La question cruciale n'est donc pas de savoir si les plateformes doivent fonctionner selon des règles, mais plutôt qui doit fixer quelles règles, qui doit être pris en compte dans la formulation de ces règles, à quelles exigences ces règles doivent être soumises, qui est responsable de leur application et quelles exigences doivent être attachées au pouvoir d'application.

S'agissant du discours haineux et de la désinformation, il n'existe pas en Suisse de réglementation légale spécifique ni de pratique juridique détaillée concernant la responsabilité des intermédiaires pour les contenus illicites publiés sur leurs plateformes par des tiers. Il n'existe pas non plus de réglementation qui renforce les droits des utilisateurs vis-à-vis des intermédiaires ou qui oblige les intermédiaires à plus de transparence. Les activités des intermédiaires sont plutôt régies par des dispositions légales générales (protection de la personnalité, droit de la concurrence et droit sur la concurrence déloyale, droit de la protection des données, droit pénal, etc.). Par contre, la Suisse a renoncé jusqu'ici à édicter une réglementation légale spécifique. Les mesures prises se concentrent principalement sur le renforcement de la résilience de la population ainsi que sur les poursuites pénales traditionnelles, mais celles-ci sont souvent difficiles et lourdes, voire carrément impossible, en raison de l'anonymat fréquent des auteurs et de la nature transfrontalière de l'internet.

Comme cela est largement reconnu, il est problématique pour les démocraties que la nouvelle infrastructure de communication de quelques intermédiaires échappe à tout contrôle de la société. Diverses études commandées par l'OFCOM sont arrivées à la conclusion que la population a droit à une protection efficace contre le discours haineux illégal et la désinformation, et que les droits des utilisateurs devraient être mieux protégés face aux intermédiaires.³ Des efforts dans ce sens sont également déployés à l'étranger. Par conséquent, une large discussion est nécessaire sur la question de l'intégration sociale et de la gouvernance des intermédiaires en Suisse, mais aussi dans le contexte international.

³ Cf. pour les études correspondantes: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/etudes/etudes-diverses.html>

Contenu

1	Situation initiale et mandat	10
Partie A – Intermédiaires et transformation numérique de la communication publique en Suisse.....		
2	Sphère publique démocratique et nouveaux acteurs	11
2.1	Protection juridique de la sphère publique démocratique en Suisse	11
2.2	Médias journalistiques: contribution spécifique à une sphère publique démocratique ...	13
2.3	Elargissement des possibilités de communication publique: les intermédiaires, fournisseurs d'une nouvelle structure de communication	13
2.3.1	Intermédiaires: définition et utilisation sociale.....	13
2.3.2	Fonctions sociales des intermédiaires	14
2.3.3	Les plateformes en tant que nouvelle structure de communication privée.....	15
3	Potentiels et effets positifs des plateformes pour la communication publique en Suisse	16
3.1	Liberté, critique et contrôle	16
3.2	Egalité des chances: Chances d'accès, de participation et d'être entendu	17
3.2.1	Chances d'accès et de participation	17
3.2.2	Possibilités de résonance	17
3.3	Diversité	18
4	Potentiels et effets négatifs des plateformes pour la communication publique en Suisse – Introduction.....	19
5	Discours haineux	19
5.1	Définitions du discours haineux	20
5.2	Conséquences sociales du discours haineux: conclusions pour la Suisse et résultats de recherches internationales	22
5.2.1	Le discours haineux en tant que stratégie visant à réduire au silence	22
5.2.2	Pertinence juridique du discours haineux	22
5.2.3	Augmentation du discours haineux en ligne	23
5.2.4	Normalisation du discours haineux et lien avec la violence physique	23
5.2.5	Les intermédiaires en tant que canal de diffusion du discours haineux	24
6	Désinformation	25
6.1	Définitions	25
6.2	Conséquences sociales de la désinformation: constats pour la Suisse et résultats des recherches menées à l'échelle internationale	27
6.2.1	Danger pour les processus politiques, la santé et la sécurité.....	27
6.2.2	La désinformation et les plateformes numériques: constats pour la Suisse.....	27
6.2.3	La désinformation et les plateformes numériques: résultats des recherches menées à l'échelle internationale.....	28
6.2.4	Formation politique de l'opinion à l'approche d'élections et de votations	29
7	Contrôle privé de la communication publique et manque de transparence.....	30
7.1	Elaboration et application de règles privées et non transparentes sans garanties de procédure minimales	31
7.1.1	Règles de communication globales des organisations privées	31
7.1.2	Dangers de la quasi-censure	32
7.1.3	Danger de la discrimination.....	33
7.1.4	Manque de garanties de procédure	33
7.2	Distorsion de la communication publique due à la sélection algorithmique.....	34
7.2.1	Distorsion dans la base de données et la classification.....	34
7.2.2	Distorsion due à la réactivité	35

Intermédiaires et plateformes de communication

7.2.3	Distorsion dans le tri des contenus	35
7.2.4	Qualité algorithmique et responsabilité	36
7.3	Manque de transparence	37
7.3.1	Manque de transparence concernant la publicité commerciale et politique	37
7.3.2	Manque de transparence de la communication automatisée: bots et propagande	38
7.3.3	Accès insuffisant aux données: conséquences pour la recherche et la politique.....	39
8	Répercussions négatives sur le journalisme.....	39
8.1	Une concurrence accrue pour capter l'attention, avec des conséquences potentiellement négatives sur la qualité du journalisme	40
8.2	Baisse de la confiance dans les informations	41
8.3	Baisse de l'utilisation des médias et des recettes publicitaires.....	41
	Partie B – Approches en vue d'une gouvernance des intermédiaires	43
9	Cadre général pour une gouvernance des intermédiaires: différences entre l'Union européenne et la Suisse	44
9.1	Dispositions de l'UE, jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme et recommandations du Conseil de l'Europe	44
9.1.1	Cadre légal de l'UE: directive sur le commerce électronique et législation sur les services numériques	44
9.1.2	Directive sur les services de médias audiovisuels.....	47
9.1.3	Cour européenne des droits de l'homme	48
9.1.4	Conseil de l'Europe	48
9.2	Cadre juridique suisse.....	49
9.2.1	Responsabilité pénale des intermédiaires vis-à-vis des contenus de tiers.....	49
9.2.2	Responsabilité civile des intermédiaires vis-à-vis des contenus de tiers	50
10	Gouvernance du discours haineux	51
10.1	Mesures contre le discours de haine en Europe.....	52
10.1.1	Union européenne et Conseil de l'Europe	52
10.1.2	Lois européennes régissant le discours haineux.....	52
10.2	Mesures contre le discours haineux en Suisse.....	53
10.2.1	Signalement des contenus.....	54
10.2.2	Suppression et poursuites pénales	55
10.2.3	Problèmes d'application de la loi (en particulier poursuites pénales)	55
10.2.4	Mesures de prévention, éducation et conseil.....	57
10.3	Mesures d'autorégulation des intermédiaires contre le discours haineux	58
11	Gouvernance de la désinformation.....	60
11.1	Mesures européennes contre la désinformation	60
11.1.1	Bases supranationales: Union européenne et Conseil de l'Europe.....	60
11.1.2	Mesures européennes de lutte contre la désinformation	62
11.2	Mesures contre la désinformation en Suisse	65
11.3	Autorégulation par les intermédiaires: mesures de lutte contre la désinformation	66
12	Gouvernance en matière de contrôle démocratique et de transparence.....	67
12.1	Mesures prises en Europe en matière de règles de communication et de garanties de procédure 67	
12.1.1	Interdiction de discrimination envers certains contenus et acteurs	67
12.1.2	Opting-out et évaluation des risques.....	67
12.1.3	Possibilités de recours et garanties de procédure	68
12.2	Mesures en matière de transparence en Europe.....	68
12.2.1	Transparence des règles de communication et des critères de sélection	68
12.2.2	Transparence en matière de publicité politique	68

Intermédiaires et plateformes de communication

12.2.3	Identification ou interdiction de bots et fermeture des faux comptes.....	68
12.3	Mesures relatives au contrôle démocratique et à la non-transparence prises en Suisse	69
12.4	Autorégulation par les intermédiaires: mesures prises dans le domaine du contrôle démocratique et de la non-transparence	69
12.4.1	Mesures relatives aux garanties de procédure	70
12.4.2	Mesures relatives à la transparence	70
12.4.3	Mesures relatives à la formation	72
13	Mesures envisageables de la Suisse relatives à l'application du droit vis-à-vis des intermédiaires étrangers	72
13.1	Droit applicable vis-à-vis des intermédiaires étrangers	72
13.2	Application du droit vis-vis des intermédiaires étrangers.....	73
14	Résumé	76
15	Bibliographie	84
16	Bases constitutionnelles et légales, documents	99
16.1	Suisse	99
16.1.1	Constitution, lois et ordonnance.....	99
16.1.2	Arrêts du Tribunal fédéral.....	99
16.1.3	Interventions politiques.....	100
16.1.4	Autres documents	101
16.2	Allemagne	101
16.3	UE	101
16.3.1	Union européenne.....	101
16.3.2	Commission européenne	102
16.3.3	Conseil de l'Europe	102
16.4	Cour européenne des droits de l'homme CEDH.....	103
16.5	France	103
16.6	Grande-Bretagne.....	103
16.7	Italie	103
16.8	Autriche	103
16.9	Nations Unies.....	103
16.10	USA	103
17	Annexe: Comparaison des mesures de lutte contre les aspects problématiques, spécifiquement pour les intermédiaires en Europe et en Suisse	104

Table des illustrations

Illustration 1:	Aspects positifs pour la communication publique	3
Illustration 2:	Aspects problématiques pour la communication publique.....	3
Illustration 3:	Principaux médias sociaux en Suisse, en fonction de l'utilisation en 2020 ..	14
Illustration 4:	Evolution des recettes publicitaires nettes de la presse quotidienne, régionale, hebdomadaire et dominicale en millions de francs. Source: Fondation Statistique Suisse en Publicité, Dépenses publicitaires suisses 2008-2021.....	42
Illustration 5:	Aspects positifs pour la communication publique	77
Illustration 6:	Aspects problématiques pour la communication publique.....	78

Tableaux

Tableau 1:	Médias et intermédiaires: différences	76
Tableau 2:	Discours haineux, désinformation, absence de contrôle démocratique et non-transparence: aspects problématiques en Europe et en Suisse	82

Intermédiaires et plateformes de communication

1 Situation initiale et mandat

Avec les moteurs de recherche (p. ex. Google), les plateformes de réseaux sociaux (p. ex. Facebook), les plateformes multimédias (p. ex. YouTube) et les services de microblogging (p. ex. Twitter), la transformation numérique a fait apparaître de nouvelles infrastructures de communication, qui élargissent les possibilités de communication privée et publique ainsi que la recherche d'informations. Contrairement aux médias journalistiques, les fournisseurs de ces plateformes (intermédiaires) ne produisent pas eux-mêmes de contenus, du moins pas de manière régulière. Ils sélectionnent, hiérarchisent, filtrent, agrègent et diffusent des informations provenant de tiers selon leurs propres règles et en recourant à des algorithmes. Ce faisant, ils décident aussi quels contenus ils montrent à quels utilisateurs, quels contenus ils ne leur montrent pas et qui ils excluent de la communication publique sur leurs services, par exemple en bloquant des comptes.

Le rapport "Défis de l'intelligence artificielle" du 13 décembre 2019 du Secrétariat d'Etat à la formation, à la recherche et à l'innovation (SEFRI) constatait que ces nouveaux services peuvent enrichir le débat public, mais qu'ils engendrent aussi des risques pour la communication publique en Suisse⁴. Ce même 13 décembre 2019, le Conseil fédéral a chargé l'Office fédéral de la communication (OFCOM) et la Chancellerie fédérale (ChF) de rédiger un rapport sur l'activité des intermédiaires dans les domaines de la communication publique et de la libre formation de l'opinion et de la volonté⁵. Le présent rapport examine comment les décisions des exploitants des plateformes de communication et l'utilisation de leurs offres par le public influencent la communication publique en Suisse et la formation de l'opinion dans la population⁶.

Le présent rapport se compose de deux parties. La partie A revient sur l'importance de la communication publique et décrit les caractéristiques de la sphère publique démocratique, telle qu'elle est protégée par la Constitution fédérale (chapitre 2). Le rapport décrit tout d'abord les potentiels positifs des plateformes numériques pour la communication publique et analyse, dans la mesure du possible, les changements constatés (chapitre 3). Il examine ensuite les risques et les effets négatifs liés aux nouveaux intermédiaires (chapitre 4). En l'état actuel des connaissances et face à la diffusion de contenus illégaux et dangereux pour la démocratie, le discours haineux (chapitre 5) et la désinformation (chapitre 6) sont considérés comme particulièrement problématiques pour la communication publique démocratique. Un autre problème réside dans le fait que les intermédiaires échappent à tout contrôle démocratique, notamment par manque de transparence dans la définition et l'application des règles qui s'appliquent sur leurs plateformes et dans leurs relations avec les utilisateurs (chapitre 7). La partie B présente les mesures que les autorités et les intermédiaires en Suisse et à l'étranger ont déjà prises ou envisagent de prendre pour lutter contre le discours haineux, la désinformation et la non-transparence (chapitre 9 à 12), puis examine les mesures légales possibles vis-à-vis des intermédiaires étrangers (chapitre 13). Un dernier chapitre (chapitre 14) présente les conclusions tirées des résultats obtenus.

⁴ *Secrétariat d'Etat à la formation, la recherche et l'innovation*, Défis de l'intelligence artificielle; voir aussi: *Office fédéral de la communication*, intelligence artificielle, médias & opinion publique.

⁵ Décision du Conseil fédéral du 13.12.2019

⁶ D'autres questions essentielles sur les plateformes, notamment du point de vue du droit de la concurrence, de la protection des données ou de l'éthique de l'intelligence artificielle ne sont pas approfondies ici.

Intermédiaires et plateformes de communication

Partie A – Intermédiaires et transformation numérique de la communication publique en Suisse

La sphère publique joue un rôle essentiel dans les démocraties. En Suisse, elle est protégée par les droits fondamentaux de la communication, garantis par la Constitution fédérale (Cst.). Longtemps, elle a été façonnée principalement par des médias journalistiques intégrés dans la société et obligés de fournir des prestations sociales. Aussi, ou précisément parce qu'ils ont été parfois critiqués en raison de la position monopolistique qu'ils occupaient en tant que "filtres" de l'opinion (*gatekeepers*). Ces dernières années, à côté des médias journalistiques, se sont établies différentes offres en ligne (plateformes), qui élargissent la communication publique et la formation de l'opinion. Cette situation comporte non seulement des opportunités, mais aussi des risques pour les droits fondamentaux de la communication garantis par la Constitution et pour la vie publique démocratique.

2 Sphère publique démocratique et nouveaux acteurs

La sphère publique peut être comprise comme un espace dans lequel "des personnes privées réunies comme le public"⁷ discutent publiquement de questions qui les concernent toutes⁸ - "public" désignant ici l'accès libre pour tous à des connaissances et informations (par opposition à "privé" ou "secret")⁹. La communication publique est un élément central des démocraties et fait le lien entre la société et l'Etat: des informations, des valeurs ou des propositions de solutions aux défis sociaux sont partagées, discutées et évaluées dans la sphère publique¹⁰. On attend donc de la communication publique qu'elle contribue à la formation de l'opinion, à l'élaboration des thèmes politiques et à la légitimation des décisions politiques¹¹.

Plusieurs conditions doivent être remplies pour que la communication publique puisse remplir ces fonctions. La Constitution fédérale suisse protège d'une part les droits des personnes, par exemple le droit de pouvoir s'exprimer librement. D'autre part, elle demande à l'Etat de contribuer au développement d'une structure de la communication qui permette une formation de la volonté démocratique et garantisse les bases pour des décisions aussi légitimes que possible d'un point de vue démocratique (chapitre 2.1).

Les médias journalistiques jouaient et jouent encore un rôle particulier. Longtemps, ils étaient les seuls acteurs sociaux en mesure d'atteindre un large public et donc d'endosser des fonctions sociales d'information et de contrôle. Cette position particulière leur confère aussi des droits et des obligations particuliers (chapitre 2.2).

Ces dernières années, différents fournisseurs de plateformes de communication basées sur des logiciels ont modifié en profondeur les conditions de la communication publique. Ils contribuent à un élargissement de la sphère publique en permettant en principe à n'importe quelle personne ou organisation de s'exprimer sur leurs plateformes. Contrairement aux médias traditionnels, les plateformes échappent en grande partie au contrôle démocratique (chapitre 2.3).

2.1 Protection juridique de la sphère publique démocratique en Suisse

En Suisse, la communication publique est protégée par les droits fondamentaux de la communication inscrits dans la Constitution et dans la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH). La *liberté d'opinion* (art. 16, al. 2, Cst.) garantit que tous les citoyens peuvent communiquer de manière illimitée entre eux et utiliser tous les moyens légaux et appropriés. Le discours politique jouit d'une protection particulière¹². La *liberté d'information* (art. 16, al. 3, Cst., art. 10 CEDH, art. 19 et 20 du Pacte II de l'ONU) garantit à chacun le droit de recevoir des informations et des opinions destinées au

⁷ *Habermas*, L'espace public

⁸ *Holznapel*, Erosion demokratischer Öffentlichkeit?, p. 419s.

⁹ *Neuberger*, Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie - Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz, p. 13.

¹⁰ *Dreyer/W. Schulz*, Künstliche Intelligenz, Intermediäre und Öffentlichkeit, p. 6.

¹¹ *Habermas*, Droit et démocratie: entre faits et normes.

¹² *Schefer*, Kommunikationsgrundrechte, 1413-1452, Rz. 86f.

Intermédiaires et plateformes de communication

public et d'utiliser les moyens nécessaires pour en prendre connaissance¹³. Toute personne peut en principe contribuer au débat public par des informations, des idées et des opinions (liberté d'expression) et recevoir celles d'autres personnes (liberté d'information)¹⁴. La *liberté des médias* (art. 17 Cst.) accorde une protection particulière à l'expression publique d'opinions qui remplissent une fonction essentielle de formation de l'opinion et de contrôle pour la démocratie – notamment lorsque les contenus sont traités dans le respect de règles professionnelles journalistiques et diffusés dans le cadre d'une structure organisationnelle spécifique¹⁵. La Constitution tient ainsi compte du rôle particulier des médias journalistiques dans la formation de l'opinion¹⁶.

Lors de votations ou d'élections, la Constitution fédérale protège en outre la *libre formation de l'opinion* des citoyens et l'*expression fidèle et sûre de leur volonté* (liberté de vote, art. 34, al. 2, Cst.). Elle attache une importance particulière au débat public avant des votations ou des élections¹⁷. Selon la jurisprudence du Tribunal fédéral, il convient de "garantir que chaque électeur puisse fonder sa décision sur un processus qui lui permet de se faire une opinion de manière aussi libre que possible et qu'il puisse l'exprimer par son vote"¹⁸. L'Etat doit offrir un cadre et des conditions de communication permettant la libre formation de l'opinion et l'expression fidèle et sûre de la volonté de l'électeur¹⁹. La pluralité des débats doit être garantie et toute distorsion de la formation de la volonté empêchée. Dans des cas exceptionnels, l'Etat a le devoir de rectifier des informations privées fausses ou trompeuses²⁰.

Dans la CEDH, la liberté d'expression et d'information est inscrite à l'art. 10. De manière analogue à la liberté des médias inscrite à l'art. 17 Cst., les contenus qui traitent de sujets d'intérêt public s'adressant à la collectivité et qui remplissent une fonction de "surveillance publique" bénéficient d'une protection accrue²¹.

Ces dispositions visent d'une part à préserver les droits des citoyens et d'autre part à protéger *globalement* les fonctions démocratiques de la communication publique²². L'Etat doit garantir une sphère publique démocratique et veiller à ce que les droits fondamentaux de la communication soient aussi réalisés dans les relations qui lient les particuliers entre eux (voir chapitre 7.1.1)²³.

Une sphère publique démocratique doit répondre à plusieurs exigences²⁴. S'agissant de la communication publique dans son ensemble, il faut veiller à ce que les citoyens puissent contribuer à travers leurs idées et leurs opinions au débat public aussi librement que possible et en particulier permettre la critique du pouvoir étatique et privé (liberté de la communication ainsi que critique et contrôle). Tous les groupes de la société doivent avoir la même chance de s'exprimer publiquement et "d'être entendus" (égalité); faire pression et empêcher systématiquement certains groupes de s'exprimer par l'exercice d'un pouvoir n'est pas admis. La sphère publique se caractérise aussi par la diversité et doit contribuer à l'intégration sociale. La libre formation de l'opinion et de la volonté n'est

¹³ *Kley/Tophinke*, Art. 16 BV, SGK BV Art. 16 BV, N 35 et *Hertig*, Art. 16 BV.

¹⁴ Voir aussi le cadre juridique international contraignant pour la Suisse, entre autres l'Observation générale n° 34 du Comité des droits de l'homme des Nations Unies qui met l'accent sur le rôle de la liberté d'opinion et d'expression pour les individus et les sociétés, et sur l'importance du rôle des médias et du droit d'accès à l'information (*United Nations Human Rights Committee, General comment No. 34*).

¹⁵ *Brunner/Burkert*, Art. 17 BV, SGK BV, Art. 17 BV N 3 und 30f und ; *Zeller/Kiener*, Art. 17 BV.

¹⁶ *Schefer*, Kommunikationsgrundrechte, 1413-1452 Rz 23ff. et 51f.

¹⁷ *Schefer/Cueni*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, p. 33.

¹⁸ Voir ATF 135 I 292, E. 2, p. 293

¹⁹ *Schefer/Cueni*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, p. 33.

²⁰ Voir ATF 140 I 338, E. 5.3, p. 343; *Schefer/Cueni*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, p. 73..

²¹ Voir pour la presse, p. ex. la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) dans l'affaire, *Observer and Guardian v. the United Kingdom* (26 novembre 1991), 13585/88, Rz. 59.

²² *J. Paul Müller/Schefer*, Grundrechte in der Schweiz, p. 347 und ; *Kley/Tophinke*, Art. 16 BV.

²³ En vertu de la notion d'obligations de protection et de garantie incombant à l'Etat (art. 35 Cst.), l'Etat est tenu de contribuer à la réalisation des droits fondamentaux et de veiller à ce que ceux-ci soient aussi réalisés dans les relations qui lient les particuliers entre eux, dans la mesure où ils s'y prêtent (art. 35, al. 2 2^e partie de phrase et al. 3, Cst.; voir aussi *Waldmann*, Art. 35 BV BSK BV, Art. 35 BV, N9). Cela signifie que l'Etat doit prendre des mesures, en particulier lorsque l'exercice effectif des droits fondamentaux est menacé par d'autres acteurs (voir *ibid.* N6 et N40, ainsi que la notion d'obligations de protection découlant des droits fondamentaux *Egli*, *Drittwirkung von Grundrechten*, 155 ff.).

²⁴ *Neuberger*, Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie - Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz.

Intermédiaires et plateformes de communication

possible que lorsque la diversité des thèmes et des opinions est suffisamment large, que les citoyens sont confrontés à des positions politiques différentes et qu'ils peuvent en débattre. Enfin, la qualité de l'information et du débat doit répondre à certaines exigences car les fausses informations, les manipulations et les tromperies empêchent la libre formation de l'opinion.

2.2 Médias journalistiques: contribution spécifique à une sphère publique démocratique

Pendant longtemps, les médias journalistiques (télévision, radio, journaux et magazines et leurs offres en ligne) étaient les seuls en mesure d'atteindre en continu un large public à travers leurs offres d'information. Ils étaient et sont donc capables d'assumer des fonctions d'information et de contrôle; c'est d'ailleurs ce qu'on attend d'eux. Ils doivent informer la population de manière pluraliste et surveiller, voire critiquer, les acteurs étatiques et privés. Ces activités impliquent non seulement des droits (p. ex. liberté des médias, voir ci-dessus), mais aussi des obligations spécifiques. La formation de l'opinion par les médias ne doit pas seulement respecter l'ordre juridique suisse, elle doit aussi suivre des règles connues, transparentes, socialement négociables et applicables ou attaquables en justice. En Suisse, la branche a défini elle-même ses propres règles professionnelles. Les médias journalistiques s'engagent par exemple à "s'en tenir à la vérité"²⁵. Le Conseil suisse de la presse veille au respect de ces règles²⁶. Dans le domaine de la radio et de la télévision, les dispositions de la loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV; RS 784.40) sont en outre applicables.

2.3 Elargissement des possibilités de communication publique: les intermédiaires, fournisseurs d'une nouvelle structure de communication

Avec la transformation numérique, différentes offres en ligne (plateformes) se sont établies ces dernières années à côté des médias journalistiques, étendant ainsi les possibilités de la communication publique et de la formation de l'opinion. Selon l'approche adoptée, les typologies soulignent des caractéristiques diverses²⁷. Néanmoins, les plateformes numériques, à savoir les moteurs de recherche (p. ex. Google), les plateformes de réseaux sociaux (p. ex. Facebook), les plateformes multimédias (p. ex. YouTube) et les services de microblogging (p. ex. Twitter), se caractérisent principalement par le fait que leurs exploitants ne produisent pas de contenus. En revanche, ces intermédiaires permettent à des personnes et à des organisations privées de produire des contenus et d'atteindre un public potentiellement élevé.

2.3.1 Intermédiaires: définition et utilisation sociale

Avec les moteurs de recherche, il est possible de retrouver facilement des informations publiées par des personnes et des organisations sur l'internet. Les médias sociaux, terme général désignant les plateformes de réseaux sociaux et multimédias comme les services de microblogging, permettent aussi bien l'échange entre des contacts existants (amis, *followers*, etc.) que la diffusion de contenus destinés à un public potentiellement illimité. En outre, sur la majorité des plateformes, les utilisateurs peuvent réagir sur les contenus publiés (*likes*, *retweets*, etc.). La communication sur les plateformes peut aussi se faire en recourant à des programmes informatiques (bots)²⁸. Selon le service, les contenus peuvent être conçus, diffusés et utilisés sous forme de textes (p. ex. sur le service de microblogging Twitter), d'images (p. ex. sur Instagram) ou de vidéos (p. ex. sur YouTube). Généralement, un mélange des formes de contenus est aussi possible (p. ex. publication d'une image accompagnée d'un commentaire).

²⁵ Conseil suisse de la presse, code déontologique.

²⁶ Voir Conseil suisse de la presse, code déontologique.

²⁷ OCDE, An introduction to online platforms and their role in the digital transformation

²⁸ Les bots sont des programmes informatiques qui exécutent des tâches répétitives de manière automatisée. Dans le domaine de la communication, par exemple, ils sont programmés pour participer à des discussions ou réagir automatiquement à des saisies particulières.

Intermédiaires et plateformes de communication

Les plateformes sont donc des passerelles entre les personnes et les organisations qui y publient et réceptionnent des contenus. En raison de cette fonction de passerelle, elles sont aussi qualifiées d'intermédiaires ou d'intermédiaires de l'information (*infomédiaires*)²⁹.

Les offres des intermédiaires sont désormais largement utilisées et revêtent une importance considérable pour la formation de l'opinion³⁰, notamment chez les jeunes. Les médias sociaux ont presque autant de poids pour la formation de l'opinion des jeunes Romands entre 15 et 29 ans que tous les médias journalistiques réunis³¹.

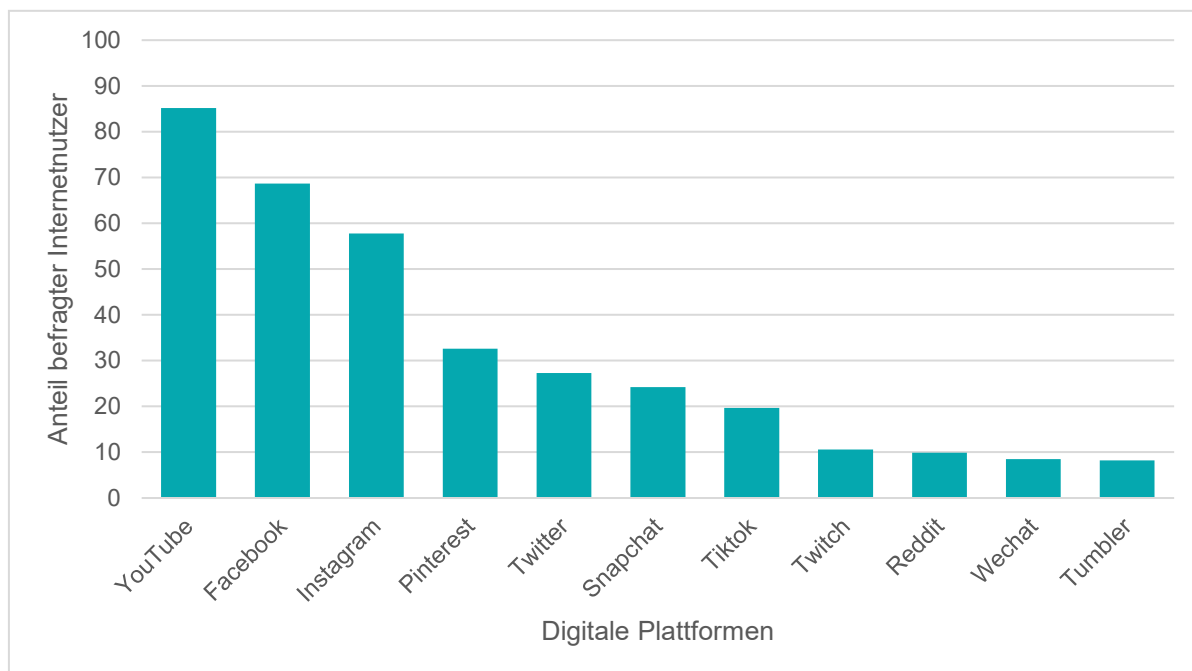


Illustration 3: Principaux médias sociaux en Suisse, en fonction de l'utilisation en 2020

Exemple: 85% des utilisateurs de l'internet en Suisse ont utilisé YouTube au moins une fois au cours du troisième trimestre 2020.

Représentation propre selon Statista: les principaux médias sociaux en Suisse, selon leur portée en 2020.

2.3.2 Fonctions sociales des intermédiaires

Les intermédiaires remplissent en partie les mêmes fonctions que les médias journalistiques: ils sélectionnent, priorisent, filtrent, agrègent et diffusent des informations. Sur les plateformes, la sélection et la diffusion se font de manière largement automatisée, en recourant à des algorithmes et à l'intelligence artificielle. Comme les médias traditionnels, ils influencent la perception du monde, la formation de l'opinion et les comportements humains. En outre, la sélection et la diffusion de l'information, tant dans le cas des médias journalistiques que des intermédiaires, ne sont pas aléatoires, mais suivent une certaine logique.³² Cette logique est toutefois différente pour les médias et les intermédiaires.

Dans leur sélection des informations diffusées, les médias se fondent sur la valeur de l'information, c'est-à-dire sur des critères de pertinence tels que la proximité géographique d'un événement, l'intensité d'un conflit ou la notoriété des acteurs impliqués. Ils sont tenus à la vérité et visent, au moins en partie, une utilité sociale³³. En outre, la production est soumise à des contrôles internes,

²⁹ Sur la terminologie, voir p. ex. *Dreyer/W. Schulz*, Künstliche Intelligenz, Intermediäre und Öffentlichkeit, p. 5.

³⁰ *Neuberger*, Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Meinungsbildung, Meinungsmacht und Vielfalt im Internet, 15, 68ff. ou sur les raisons justifiant une jurisprudence supranationale: exposé des motifs 4 et 5 directive SMA

³¹ Télévision, radio, presse, médias en ligne; voir: *Thommen/Steiger/Eichenberger Raphael*, *Monitoring médias Suisse* 2017.

³² Eidgenössische Medienkommission EMEK, Streamingdienste und Plattformen: Herausforderungen für Medien und Öffentlichkeit in der Schweiz, p. 8.

³³ La Déclaration des devoirs et des droits du/de la journaliste du Conseil suisse de la presse précise par exemple que: "La responsabilité de ces derniers envers le public doit primer celles qu'ils assument à l'égard de tiers, pouvoirs publics et employeurs notamment"

Intermédiaires et plateformes de communication

notamment des sources³⁴. Des institutions de contrôles ont également été mises en place par la branche elle-même, par exemple le Conseil de la presse, qui se penche sur les publications journalistiques professionnelles de tous les médias suisses (presse écrite, radiodiffusion et médias en ligne). Pour les contributions diffusées à la radio et à la télévision ainsi que pour les autres offres journalistiques de la SSR, la LRTV prévoit la possibilité de déposer des plaintes auprès de l'autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision (AIEP). Les publications journalistiques doivent aussi respecter l'ordre juridique général. Cas échéant, des poursuites judiciaires peuvent être engagées contre les éditeurs ou les diffuseurs.

La situation est différente en ce qui concerne les intermédiaires. Leur logique de sélection est en grande partie non transparente, change fréquemment et est principalement orientée de manière unilatérale dans le but de susciter un maximum d'attention sur les contenus partagés. Leur priorité absolue n'est pas de nature journalistique ou sociale; elle est purement économique. Les intermédiaires mesurent le plus précisément possible le comportement et les préférences des utilisateurs pour capitaliser sur ces données³⁵. Ils n'exercent pas de contrôle journalistique rédactionnel des contenus diffusés sur leurs plateformes et il est très difficile de sanctionner les contenus illégaux ou préjudiciables qui y sont publiés. La justice suisse n'a qu'un accès limité aux exploitants de plateformes, qui sont souvent domiciliés hors de Suisse. Les actuels instruments d'application du droit au niveau international se révèlent la plupart du temps inefficaces (voir chapitre 10.2.3).

2.3.3 Les plateformes en tant que nouvelle structure de communication privée

Les plateformes de communication sont devenues des infrastructures de communication globales³⁶, utilisées par des milliards de personnes dans le monde. Ces infrastructures sont mises à disposition par un petit nombre d'entreprises privées actives à l'échelle de la planète, mais dont les décisions ont un impact au niveau local et des répercussions sur l'opinion publique nationale³⁷. Les plateformes se basent sur des logiciels dont le code-source est modifié constamment ou tenu largement secret. La communication n'est pas libre ou démocratiquement légitimée; elle suit des règles que les intermédiaires définissent et appliquent eux-mêmes. En d'autres termes, des entreprises américaines ou chinoises décident ce que les utilisateurs suisses, qui participent au débat public numérique en Suisse, peuvent dire ou ne pas dire sur les plateformes et quels contenus leur sont présentés ou non.

³⁴ Cela ne signifie pas que le paysage des médias soit homogène, ni qu'il doive l'être. Les différents médias adoptent des positions différentes sur tel ou tel thème et contribuent ainsi au débat public et à la diversité des opinions. La qualité des titres et contributions est aussi variée, la personnalisation et la recherche de scandales jalonnent parfois l'information quotidienne, et il est reproché au système médias, de manière répétée justement en périodes de crises, d'avoir manqué à son devoir. *Hahn* (Hrsg.), *Öffentlichkeit und Offenbarung*.

³⁵ *D. M. J. Lazer et al.*, *Science* 359 (2018), 1094.

³⁶ Voir. *Jarren* (à paraître)

³⁷ Voir. *Saurwein/Spencer-Smith*, *Inhaltsregulierung auf Internet-Plattformen. Optionen für verantwortungsorientierte Governance auf nationaler Ebene*, p. 47.

3 Potentiels et effets positifs des plateformes pour la communication publique en Suisse

Principaux éléments

- Liberté et égalité: Les nouveaux intermédiaires permettent potentiellement à toutes les personnes et organisations de s'exprimer plus facilement publiquement et de s'informer.
- Fonction de critique: L'accès facilité à la sphère publique conduit à ce que des acteurs disposant de peu de ressources peuvent critiquer et contrôler publiquement des acteurs ayant davantage de ressources.
- Renforcement de la diversité: Les plateformes numériques conduisent à une plus grande diversité d'informations et d'opinions accessibles au public.

La "plateformisation"³⁸ de la sphère publique présente des opportunités. Dans les chapitres suivants, ces potentiels sont comparés aux effets effectivement observables et étayés scientifiquement. L'état empirique de la recherche est résumé dans chaque cas avec une attention particulière sur la situation en Suisse. Les résultats de la recherche internationale sont pris en considération lorsqu'il existe des lacunes dans la recherche concernant la situation en Suisse et pour pouvoir obtenir une image plus complète de certains phénomènes.

3.1 Liberté, critique et contrôle

Les plateformes des intermédiaires facilitent l'accès à l'opinion publique. Un smartphone doté d'un accès internet suffit pour s'adresser à un public potentiellement très large. Il est ainsi plus simple pour des personnes individuelles et des groupes marginalisés par les médias de participer directement au débat public, ce qui accroît leurs chances d'être entendus. Les médias sociaux en particulier sont facilement accessibles et permettent une participation politique de leurs utilisateurs. Les citoyens disposent d'un espace de communication qui s'étend au-delà des frontières nationales. La communication publique est plus large et plus dynamique. Par conséquent, les intermédiaires contribuent à la concrétisation de la liberté d'expression et de l'information; ils ont un potentiel démocratique qui défie les systèmes de communication des états autoritaires³⁹.

Les intermédiaires peuvent contribuer, en dehors de l'agenda des médias traditionnels, à donner une visibilité publique à des thèmes et des points de vue marginalisés ou à remettre en cause les positions d'acteurs politiques ou économiques puissants. La critique et le contrôle ne sont plus seulement exercés par le "quatrième pouvoir", autrement dit les médias traditionnels, mais aussi de plus en plus par un "cinquième pouvoir", à savoir les réseaux et les plateformes numériques. Ce cinquième pouvoir est vaste; il comprend aussi bien des utilisateurs individuels que des plateformes de divulgation comme WikiLeaks, des mouvements sociaux ou des groupes et organisations qui donnent accès à des informations, expriment des critiques ou organisent des manifestations et des protestations publiques⁴⁰.

Pour le mouvement *Black Lives Matter* aux Etats-Unis, par exemple, les plateformes comme Twitter jouent un rôle central. Elles permettent au mouvement d'exprimer ses critiques face à la violence policière contre les Afro-Américains en dehors de la couverture des médias traditionnels, qui ont longtemps marginalisé leurs préoccupations ou remis en cause la légitimité de leurs protestations⁴¹. Parce que les journalistes se tournent de plus en plus vers les plateformes comme source d'information⁴² (voir chapitre 8), la critique numérique de *Black Lives Matter* est en mesure de générer une attention médiatique, qui peut à son tour entraîner des réactions chez les élites politiques⁴³. Des mouvements tels que #MeToo montrent aussi qu'à travers une forme d'articulation numérique comme un hashtag, il est possible de former, à partir de contributions individuelles sur des plateformes

³⁸ Flew, *Journal of Internet Law* 22 (2019), 3.

³⁹ Garton Ash, *Redefreiheit. Prinzipien für eine vernetzte Welt*, S. 113ff.

⁴⁰ W. H. Dutton, *Prometheus* 27 (2009), 1; Chadwick, *The Hybrid Media System: Power and Politics*; Allagui/Kuebler, *International Journal of Communication* 5 (2011), 8.

⁴¹ Kilgo/Mourao/Sylvie, *Journalism Practice* 13 (2019), 413.

⁴² Broersma/T. Graham, *Journalism Practice* 6 (2012), 403.

⁴³ Freelon et al. 2018; Freelon/McIlwain/M. Clark, *New Media & Society* 20 (2018), 990.

Intermédiaires et plateformes de communication

numériques, des collectifs transnationaux qui abordent publiquement des sujets stigmatisés tels que la violence sexuelle à l'égard des femmes et qui peuvent ainsi donner lieu à un autre discours social⁴⁴.

3.2 Égalité des chances: Chances d'accès, de participation et d'être entendu

Les intermédiaires permettent à des personnes et à des organisations privées, mais aussi à des organes étatiques d'accéder plus aisément à la communication publique et de toucher plus facilement certaines couches sociales (voir chapitre 3.1). Le fossé numérique entre les personnes qui utilisent l'internet et celles qui n'ont pas accès aux plateformes s'est considérablement réduit ces dernières années, et l'utilisation mobile a fortement augmenté, notamment sur les smartphones.

3.2.1 Chances d'accès et de participation

La Suisse a un niveau élevé d'utilisation de l'internet en comparaison internationale: 92% de la population profite des possibilités de communication en ligne et presque tous les utilisateurs (97%) recherchent des contenus en ligne à travers des moteurs de recherche. Les différences entre les diverses régions du pays sont minimales⁴⁵. Ces dernières années, l'utilisation des plateformes de médias sociaux a fortement augmenté, de 53% en 2011 à 79% en 2019, avec toutefois un fossé entre les générations: alors que les "digital natives" (14-34 ans) utilisent les services des médias sociaux à 92%, ce pourcentage n'est que de 48% chez les 55 ans et plus⁴⁶, qui sont avant tout rebutés par la complexité des applications⁴⁷.

3.2.2 Possibilités de résonance

Les faibles barrières d'accès à la sphère publique numérique accroissent la diversité des acteurs (certains auteurs parlent d'une "diversification centrifuge"⁴⁸), des contenus, des points de vue et des positions dans le débat public. Ces changements et ces élargissements des possibilités de communication étaient perçus initialement comme positifs et prometteurs: la transformation numérique a été considérée parfois pompeusement comme une "arène électronique"⁴⁹, et certains ont cru que l'internet pourrait provoquer un nouvel élan de démocratisation et réduire les inégalités en matière de visibilité publique. Toutefois, cette représentation s'est révélée n'être qu'une utopie démocratique; il est apparu en effet que les relations de pouvoir et les inégalités sociales sont largement reproduites sur les plateformes numériques⁵⁰, même si les nouveaux intermédiaires contribuent certainement à ce que des voix marginalisées soient mieux entendues et aient parfois une influence décisive dans les débats publics.

Plusieurs études internationales sur la mobilisation des acteurs de la société civile en Espagne, aux États-Unis ou durant le Printemps arabe montrent que les mouvements sociaux sont toujours parvenus à inscrire leurs thèmes dans l'agenda politique⁵¹. Des particuliers ont aussi pu intervenir de manière décisive dans le débat médiatique et contribuer à façonner l'opinion publique⁵². Les résultats des études montrent que des actions numériques spécifiques menées sur des plateformes de médias sociaux peuvent avoir une influence sur la société lorsqu'elles abordent efficacement des thèmes et des préoccupations actuelles⁵³. Les nouveaux intermédiaires contribuent principalement à forger

⁴⁴ Manikonda et al., #metoo through the lens of social media, 104; Hillstrom, The #MeToo Movement; Benedictis/Orgad/Rottenberg, European Journal of Cultural Studies 22 (2019), 718.

⁴⁵ Latzer/Büchi/Festic 2020.

⁴⁶ Statista, Nutzung von Social Media in der Schweiz nach Altersgruppen in 2015 und 2020, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/475238/umfrage/social-media-nutzung-in-der-schweiz-nach-altersgruppen/>.

⁴⁷ T. N. Friemel, New Media & Society 18 (2016), 313.

⁴⁸ Blumler/Kavanagh, Political Communication 16 (1999), 209.

⁴⁹ Kamps, Die "Agora" des Internet, 227.

⁵⁰ Zhou/Mondragón, IEEE Communications Letters 8 (2004), 180; Margolis/Resnick, Politics as usual.

⁵¹ Bennett/Seegerberg, The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics; Papacharissi, Affective publics: Sentiment, technology, and politics; Howard/Hussain, Democracy's fourth wave?; Shirky, Here comes everybody; Castañeda, Social Movement Studies 11 (2012), 309.

⁵² Chadwick, The International Journal of Press/Politics 16 (2011), 3; Jackson/Foucault Welles, Information, Communication & Society 19 (2016), 397.

⁵³ Margetts et al., Political turbulence.

Intermédiaires et plateformes de communication

l'opinion numérique en offrant de nouvelles et de plus grandes possibilités d'expression et de participation, ce qui peut aussi avoir un effet sur la formation de l'opinion⁵⁴.

3.3 Diversité

La formation démocratique de l'opinion et de la volonté exige une diversité, notamment des sources d'information: l'accès à la sphère publique doit être le plus aisé possible afin que les différents points de vue et arguments puissent être exprimés. Inversement, des décisions politiques peuvent être faussées si certaines positions ou arguments sont systématiquement exclus.

Au premier abord, la sphère publique numérique peut sembler offrir une plus grande diversité de l'information que les médias traditionnels. Les moteurs de recherche ainsi que les différentes possibilités d'interactions qu'offrent les plateformes de médias sociaux favorisent une formation de l'opinion plus large. Ils permettent aux utilisateurs de discuter d'un éventail de thèmes et de positions et de se connecter à des auteurs qui expriment différents points de vue⁵⁵. Les utilisateurs gèrent en grande partie eux-mêmes le flux d'informations émanant d'autres sources que les médias traditionnels, et peuvent aborder les questions qui les intéressent⁵⁶. De même, les moteurs de recherche aident à retrouver des offres de niche et des points de vue ignorés par les médias traditionnels⁵⁷, permettant ainsi aux utilisateurs de comparer des sources d'information différentes tant du point de vue du contenu que de la qualité⁵⁸. Globalement, la nouvelle infrastructure de communication a conduit à une augmentation de la quantité et de la diversité de l'information politique et permis l'apparition de nouvelles formes et formats, basés par exemple sur des messages courts (Twitter) ou des vidéos (YouTube).

La plupart des études qui examinent explicitement le rôle des plateformes de médias sociaux dans l'utilisation de l'information dressent un tableau positif. Elles montrent que les nouveaux intermédiaires peuvent même amener des personnes qui se préoccupent peu de politique à consommer de l'information de manière involontaire, vu que le fil d'actualité personnel de la majorité des utilisateurs consiste en un mélange de divertissement et d'informations politiques⁵⁹. Néanmoins, selon les données pour la Suisse, l'utilisation des plateformes de médias sociaux dans un but explicite d'information ne correspond qu'à 8% de l'ensemble des utilisateurs. Les valeurs pour les médias imprimés sont nettement supérieures (22%), tout comme pour l'internet, plateformes numériques non comprises (21%)⁶⁰.

S'agissant de la diversité des contenus, si l'on tient également compte de l'évolution dans le temps et des arguments exprimés, les médias sociaux reflètent et reprennent grandement pour la Suisse le discours des médias traditionnels. Des événements comme la Grève des femmes, le 14 juin 2019, par exemple augmentent l'activité sur Twitter⁶¹ et parviennent à réunir la communauté Twitter suisse au-delà des régions linguistiques. De même, le débat autour de l'impôt sur les successions en 2015 montre un chevauchement substantiel entre les médias traditionnels et les plateformes numériques en ce qui concerne les principaux arguments évoqués⁶². De ce point de vue, les nouveaux intermédiaires ne contribuent pas automatiquement à une plus grande diversité des opinions. La situation est différente du point de vue des utilisateurs individuels: les plateformes de médias sociaux et les moteurs

⁵⁴ Perrin, 23% of users in U.S. say social media led them to change views on an issue; some cite Black Lives Matter, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/15/23-of-users-in-us-say-social-media-led-them-to-change-views-on-issue-some-cite-black-lives-matter/>.

⁵⁵ Barberá, Job Market Paper, New York University 46 (2014).

⁵⁶ Negroponce, Being digital.

⁵⁷ Webster, The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age.

⁵⁸ W. H. Dutton et al., The Internet and access to information about politics: Searching through filter bubbles, echo chambers, and disinformation, 228.

⁵⁹ Bode, Mass Communication and Society 19 (2016), 24; R. Fletcher/Nielsen, New Media & Society 20 (2018), 2450; Boczkowski/Mitchelstein/Matassi, New Media & Society 20 (2018), 3523; Valeriani/Vaccari, New Media & Society 18 (2016), 1857.

⁶⁰ Publicom AG, Mediennutzung nach Interessenorientierung.

⁶¹ Vogler et al., Qualität der Medien 2019, 47.

⁶² Puppis/Schenk/Hofstetter, Medien und Meinungsmacht.

Intermédiaires et plateformes de communication

de recherche leur permettent d'être confrontés à d'autres thèmes, arguments et informations que ceux qui figurent dans des médias traditionnels.

4 Potentiels et effets négatifs des plateformes pour la communication publique en Suisse – Introduction

Les espoirs d'une plus grande démocratisation de la communication publique grâce à l'émergence des intermédiaires reposaient en premier lieu sur l'accès plus aisé à la sphère publique. Cette conception optimiste a ensuite fait place à une évaluation plus pessimiste. L'ouverture des plateformes présente aussi une autre face: la liberté de communication peut être utilisée pour diffuser un discours haineux (chapitre 5) et de la désinformation (chapitre 6).

En outre, sur les plateformes aussi, la liberté de communication est restreinte. Les intermédiaires organisent l'espace numérique et le rendent accessible. Pour cela, ils sélectionnent certains contenus parmi une multitude de contributions et décident ce qu'ils veulent présenter et à qui, et ce qu'ils ne veulent pas, ou moins fréquemment, diffusés. Du point de vue des utilisateurs, cette différence de traitement est souhaitée, car elle augmente la probabilité de se voir présenter des informations intéressantes. Mais, elle peut aussi devenir problématique si les critères de sélection ne sont pas formulés clairement et qu'ils changent rapidement, que les intermédiaires bloquent des contenus licites et socialement souhaités (p. ex. des contenus critiques), que la sélection est discriminatoire (p. ex. les contributions ayant une certaine orientation politique sont systématiquement présentés moins souvent) et qu'il n'existe pas de possibilité de s'opposer à une décision de suppression de contenus ou au blocage d'un compte. Pour une formation non faussée de l'opinion et de la volonté, il est essentiel que les utilisateurs soient en mesure d'évaluer correctement la fiabilité d'une information, ce qui exige de la transparence, par exemple signaler la publicité et l'utilisation de bots (chapitre 7).

5 Discours haineux

Principaux éléments

- Les nouveaux intermédiaires permettent et facilitent la diffusion publique de communications désobligeantes et discriminatoires, autrement dit de discours haineux.
- Le discours haineux sur les plateformes numériques concerne des groupes sociaux spécifiques ainsi que des individus.
- Les discours haineux ont augmenté ces dernières années. Ils peuvent conduire des personnes à se radicaliser et à exercer une violence ouverte contre les victimes. Il peut aussi amener des personnes attaquées à se retirer de la communication publique.

Le discours haineux ainsi que le dénigrement et la diffamation visant des personnes et des groupes de population entiers sur les plateformes numériques constituent un problème de société qui va en s'aggravant. Tout d'abord, le discours haineux dénigre des individus et des groupes sociaux, portant ainsi atteinte à leur dignité. Il propage aussi des idéologies extrémistes qui mettent en danger la cohésion sociale en considérant certains groupes sociaux comme étant inférieurs. La misogynie, la xénophobie ou l'antisémitisme engendrent la discrimination ainsi que la violence psychologique et physique à l'encontre des personnes et des groupes concernés. Enfin, les groupes ou personnes visés se retirent parfois des débats publics. Le discours haineux met donc en péril les éléments fondamentaux des systèmes démocratiques.

Les conséquences du discours haineux vont bien au-delà de l'espace numérique, comme en témoigne le massacre de Christchurch, en Nouvelle-Zélande, au cours duquel un terroriste d'extrême droite a tué 51 personnes, diffusant son acte en direct sur Facebook⁶³. Il s'était radicalisé sur la plateforme vidéo YouTube, entre autres. Une étude menée en Allemagne montre un lien clair entre les

⁶³ Malgré la surveillance automatisée de la plateforme par Facebook, il a fallu presque une demi-heure pour que la vidéo soit supprimée, soit assez de temps pour que le contenu se répande sur des forums comme 8chan et des plateformes vidéo comme YouTube, ainsi que sur Facebook même, où il a été copié et partagé 1.5 million de fois. Les systèmes de Facebook ont pu empêcher le téléchargement dans 1.2 million de cas, mais dans 300'000 cas, la vidéo n'a été découverte qu'après avoir été téléchargée.

Intermédiaires et plateformes de communication

discours haineux contre les réfugiés sur Facebook et les actes de violence physique contre cette population⁶⁴. Les plateformes numériques sont bien conscientes de ces situations; Facebook, a admis son rôle dans le génocide des Rohingyas par les militaires au Myanmar, un massacre qui s'est accompagné d'une campagne numérique de discours haineux et de désinformation contre cette minorité ethno-religieuse⁶⁵.

5.1 Définitions du discours haineux

Le discours haineux peut généralement être compris comme une forme de discours qui dénigre des groupes de personnes sur la base de caractéristiques physiques, psychologiques ou mentales imputées⁶⁶. Les déclarations racistes, sexistes ou homophobes, par exemple, constituent des formes de discours haineux car elles discréditent des groupes sociaux sur la base de leur appartenance ethnique, de leur sexe ou de leur orientation sexuelle. Le discours haineux comprend également les déclarations visant des personnes à travers des insultes spécifiques à un groupe, tels que "pédé" ou "débile"⁶⁷.

La cyberintimidation doit être distinguée du discours haineux. Elle désigne le comportement d'un groupe ou d'individus qui, pendant une période prolongée, utilisent des technologies numériques modernes pour attaquer une victime qui n'est pas en mesure de se défendre⁶⁸. La diffamation et le harcèlement sur les plateformes numériques ou la diffusion d'informations confidentielles telles que l'orientation sexuelle sont des formes de cyberintimidation.

Dans la pratique, les catégories se mélangent sur les plateformes numériques; vu de manière empirique, la cyberintimidation va souvent de pair avec le discours haineux. Certaines plateformes ne font d'ailleurs aucune distinction.

Les approches de définition ou de délimitation ci-après de diverses organisations montrent qu'il existe certes un consensus sur la nature du comportement déplacé, mais avec des nuances sur certains points.

- Les **Nations-Unies (ONU)** ont présenté un plan d'action contre le discours haineux en 2019. L'ONU souligne qu'il n'existe pas de notion commune internationalement reconnue à propos du discours haineux. Selon elle, il s'agit de "toute communication, orale, écrite ou comportementale [...] qui attaque une personne ou un groupe, ou qui utilise un langage désobligeant ou discriminatoire à leur égard sur la base de ce qu'ils sont, à savoir leur religion, leur ethnie, leur nationalité, leur race, leur couleur, leur ascendance, leur sexe ou d'autres facteurs d'identité"⁶⁹.
- Le **Conseil des ministres du Conseil de l'Europe** a initialement défini le discours haineux en termes généraux comme "toute forme d'expression qui répand ou justifie la haine raciale, la xénophobie, l'antisémitisme ou toute forme de haine basée sur l'intolérance, y incite ou en fait l'apologie"⁷⁰. Dans son projet de recommandation aux États membres de 2020, le Conseil des ministres est plus détaillé. Il commence par souligner la différence entre l'interprétation courante du terme générique "discours haineux", qui couvre un large éventail de phénomènes, et son utilisation plus étroite en tant que terme juridique. Au sens juridique, le discours haineux comprend "les expressions qui sont punies par la loi ou qui font l'objet de sanctions civiles ou administratives". Plus précisément, il doit être entendu comme "le fait de prôner, de promouvoir ou d'encourager sous

⁶⁴ K. Müller/C. Schwarz, *Journal of the European Economic Association* 2020.

⁶⁵ M. Smith, *Time* vom 18.08.2020; *United Nations Human Rights Council*, Report of the independent international fact-finding mission on Myanmar.

⁶⁶ Sirsch, *Die Regulierung von Hassrede in liberalen Demokratien*, 165, 169.

⁶⁷ Sirsch, *Die Regulierung von Hassrede in liberalen Demokratien*, 165, 169.

⁶⁸ Campbell/Bauman, *Cyberbullying: Definition, consequences, prevalence*, 3.

⁶⁹ *United Nations*, Strategy and plan of action on hate speech, S. 2; Übersetzung der Verfasserinnen und Verfasser.

⁷⁰ *Council of Europe*, Hate Speech, <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/hate-speech#:~:text=According%20to%20the%20Committee%20of,of%20hated%20based%20on%20intolerance;Übersetzung der Verfasserinnen und Verfasser>.

Intermédiaires et plateformes de communication

quelque forme que ce soit, le dénigrement, la haine ou la diffamation d'une personne ou d'un groupe de personnes ainsi que le harcèlement, l'injure, les stéréotypes négatifs, la stigmatisation ou la menace envers une personne ou un groupe de personnes et la justification de tous les types précédents d'expression au motif de la "race", de la couleur, de l'origine familiale, nationale ou ethnique, de l'âge, du handicap, de la langue, de la religion ou des convictions, du sexe, du genre, de l'identité de genre, de l'orientation sexuelle, d'autres caractéristiques personnelles ou de statut"⁷¹.

- Le Conseil fédéral a examiné en détail le discours haineux dans son rapport en réponse au postulat "Mieux lutter contre l'extrémisme violent": "Le phénomène du discours de haine n'est pas défini de manière uniforme. En règle générale, on entend par là le dénigrement ou la diffamation de personnes en lien avec une caractéristique de groupe. Le discours haineux cherche à marginaliser certains groupes et à les exclure de la société. Il est donc en contradiction directe avec les valeurs d'un ordre démocratique libéral (égalité des droits de tous les êtres humains). Il peut utiliser des appels à la violence, mais ce n'est pas nécessairement obligatoire. Le discours haineux peut tomber sous le coup de plusieurs délits du code pénal suisse, par ex. l'incitation à la haine (art. 261^{bis}, al. 1, CP), les injures (art. 177 CP), les menaces (art. 180 CP) ou l'atteinte à la liberté de croyance et des cultes (art. 261 CP). Les idées extrémistes et conspirationnistes peuvent inspirer des discours de haine. Cependant, le SRC n'est autorisé à intervenir que dans les cas où un discours de haine a un lien avec de la violence au niveau son contenu et/ou de son contexte au sens de la LRens⁷²".
- Dans le cadre d'un examen complet des **recherches** existantes, une analyse documentaire récemment publiée définit le discours haineux comme "toute communication qui discrimine une personne ou un groupe sur la base de caractéristiques telles que la race, la couleur, l'origine ethnique, le sexe, l'orientation sexuelle, la nationalité, la religion ou l'affiliation politique"⁷³.

Les intermédiaires eux-mêmes défendent des points de vue différents.

- Dans ses normes communautaires, **Facebook**, par exemple, a une conception très large du discours haineux: "Nous définissons le discours haineux comme une attaque directe contre des personnes, fondée sur ce que nous appelons des caractéristiques protégées: la "race", l'origine ethnique, l'origine nationale, le handicap, la religion, la caste, l'orientation sexuelle, le sexe, l'identité de genre, et les maladies graves. Nous définissons une attaque comme un discours violent ou déshumanisant, des stéréotypes offensants, une affirmation d'infériorité, une expression de mépris, de dégoût ou de renvoi, une insulte ou un appel à l'exclusion ou à la ségrégation."⁷⁴

D'autres caractéristiques, comme l'âge, ne sont pas protégées en tant que telles, sauf si elles sont associées à l'une des caractéristiques protégées mentionnées. La plateforme en ligne reste vague sur d'autres catégories: les réfugiés, les migrants, les immigrés et les demandeurs d'asile ne sont protégés que contre les attaques les plus graves - ce qui constitue des attaques moins graves n'est pas clairement défini. En revanche, les commentaires et les critiques sur la politique d'immigration sont généralement autorisés.

Facebook se réfère à plusieurs catégories distinguant plus précisément les différentes formes de discours haineux et les illustre par des exemples. La première catégorie comprend des déclarations telles que des comparaisons désobligeantes entre des groupes de personnes et des animaux ou entre des bactéries et des maladies, des théories de conspiration antisémites ou la négation de l'Holocauste. La deuxième catégorie inclut le dénigrement généralisé de personnes ou de groupes de personnes en fonction de leur état mental, de leur hygiène ou de leurs traits de caractère. La troisième catégorie comprend les appels à la ségrégation de certains groupes ou à leur exclusion de la participation politique. Certains de ces exemples sont des cas de cyberintimidation plutôt que du discours haineux tels que définis ci-dessus.

⁷¹ *Committee of Experts on Combating Hate Speech*, Background document, 3.

⁷² *Conseil fédéral suisse* Mieux lutter contre l'extrémisme violent, p. 4.

⁷³ *Castaño-Pulgarin et al.*, *Aggression and Violent Behavior* 2021, 101608, 1.

⁷⁴ *Facebook*, Community Standards, https://www.facebook.com/communitystandards/hate_speech.

Intermédiaires et plateformes de communication

En tant que plateforme numérique, Facebook est également confrontée à la difficulté de distinguer le discours haineux proprement dit de l'analyse critique du discours haineux; les premiers violent les normes communautaires, pas les seconds.

- **Twitter** ne parle pas de discours haineux, mais de "conduite haineuse", que la plateforme considère comme une forme de violence. Les normes communautaires définissent explicitement quels contenus sont interdits: "Vous ne devez pas directement attaquer ni menacer d'autres personnes, ni inciter à la violence envers elles en vous fondant sur la race, l'origine ethnique, l'origine nationale, la caste, l'orientation sexuelle, le sexe, l'identité sexuelle, l'appartenance religieuse, l'âge, le handicap ou toute maladie grave. Par ailleurs, nous n'autorisons pas les comptes dont le but principal est d'inciter à nuire aux autres sur la base de ces catégories"⁷⁵. Les images et les messages qui incitent à la haine sont également interdits.
- **YouTube** suit une ligne similaire à celle de Twitter et de Facebook, mais la plateforme distingue encore les discours haineux proprement dits du harcèlement et de la cyberintimidation. Ces deux catégories incluent les insultes ainsi que les menaces implicites. Comme les autres plateformes, Facebook prévoit des exceptions si le contexte de l'acte est de nature documentaire, présente un caractère éducatif ou s'il s'agit de personnalités publiques. Contrairement aux autres plateformes, YouTube pratique non seulement la suppression de contenus ou le blocage du compte, mais également la démonétisation des chaînes YouTube. En tant que producteurs de contenu original, les titulaires de compte peuvent générer des revenus via YouTube. Si le contenu viole les directives, YouTube peut bloquer l'accès aux revenus publicitaires pour des clips vidéo individuels ou pour des comptes entiers⁷⁶.

5.2 Conséquences sociales du discours haineux: conclusions pour la Suisse et résultats de recherches internationales

5.2.1 Le discours haineux en tant que stratégie visant à réduire au silence

Souvent, le discours haineux n'est pas le fait d'individus isolés, mais sont coordonnés sous la forme d'un "harcèlement en réseau". Les attaques dénigrantes des cyberharceleurs, qui ciblent souvent des personnes spécifiques et publient parfois des informations personnelles⁷⁷ (*doxing*), servent également à faire taire la voix d'acteurs individuels ou de groupes sociaux entiers et à les exclure de la sphère publique (*silencing*)⁷⁸. Plus le discours haineux est diffusé publiquement, plus les idéologies extrémistes et discriminatoires s'ancrent dans la sphère publique.

5.2.2 Pertinence juridique du discours haineux

Les informations ou les idées qui dérangent, choquent ou offensent entrent en principe dans le champ de protection de la liberté d'expression (voir p. ex. jurisprudence de la CEDH⁷⁹). L'Etat ne peut poser des limites à l'expression que si les conditions justifiant des restrictions aux droits fondamentaux (art. 36 Cst. et art. 10, chiff. 2, CEDH) sont remplies: la restriction doit être fondée sur une base légale suffisamment précise, justifiée par un intérêt public ou par la protection d'un droit fondamental d'autrui, et être proportionnelle au but visé (voir chapitre 10.2).

En Suisse, le discours haineux est partiellement réglementé par le droit pénal et le droit civil. En droit pénal, il l'est, par exemple, aux art. 135 (Représentation de la violence), 173 ss (Délits contre l'honneur), 180 (Menaces) et 258 ss (Crimes ou délits contre la paix publique) CP, dont notamment les art. 259 (Provocation publique au crime ou à la violence), 261 (Atteinte à la liberté de croyance et des cultes) et 261^{bis} CP (Discrimination et incitation à la haine)⁸⁰. Le droit civil, de son côté,

⁷⁵ *Twitter*, Politique en matière de conduite haineuse, <https://help.twitter.com/fr/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>.

⁷⁶ *YouTube*, Règles concernant le harcèlement et la cyberintimidation, https://support.google.com/youtube/answer/2802268?hl=fr&ref_topic=9282436#zippy=%2Cother-types-of-content-that-violate-this-policy.

⁷⁷ Voir *Eckert/Metzger-Riftkin*, *The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication* 2020, 1.

⁷⁸ A. E. *Marwick/Caplan*, *Feminist Media Studies* 18 (2018), 543; *Jane*, *Continuum* 28 (2014), 558.

⁷⁹ *McGonagle*, *The Council of Europe against online hate speech: Conundrums and challenges*.

⁸⁰ ⁸⁰ En ce qui concerne les "crimes motivés par la haine", il convient de préciser que le droit pénal suisse ne connaît pas formellement d'état de fait constitutif qui ferait des crimes à motivation raciste ou sexiste des crimes de haine qui seraient, comme l'exige notamment l'OCDE,

Intermédiaires et plateformes de communication

reconnait la protection contre les atteintes aux droits de la personnalité aux art. 28 ss CC. La diffusion de discours haineux, sous la forme de propagande terroriste, peut éventuellement être qualifiée d'activité au sens de l'art. 73 de la loi sur les services de renseignement (LRens) ou de l'art. 23i, al. 2, de la loi fédérale instituant des mesures visant au maintien de la sécurité intérieure (LMSI, pas encore entrée en vigueur). Le discours haineux en lien avec une action violente peut aussi être considéré comme activités terroristes ou relevant de l'extrémisme violent au sens de l'art. 19, chiff. 2, let. a et e, LRens. Lorsque des injures en ligne punissables visent des conseillers fédéraux ou des membres du Parlement, le Service fédéral de sécurité (ou la police cantonale compétente) peut mener des mesures préventives (art. 23, al. 3^{bis}, LMSI). En outre, selon la jurisprudence du Tribunal pénal fédéral, la diffusion de certaines vidéos peut constituer un soutien punissable à une organisation criminelle ou terroriste, ou à une organisation interdite (art. 260^{ter} CP)⁸¹. Il convient néanmoins de souligner qu'il est très difficile de faire appliquer le droit sur l'internet lorsque l'infraction a été commise sur une plateforme basée à l'étranger, et que l'auteur ne peut être identifié que si l'entreprise concernée fournit (par le biais de l'entraide judiciaire) les preuves pertinentes (voir chapitre 10.2.3).

5.2.3 Augmentation du discours haineux en ligne

Seules quelques rares études ont été consacrées au problème du discours haineux en Suisse. Elles remarquent que le phénomène est très répandu sur les plateformes intermédiaires, mais "qu'il est peu signalé"⁸². Près de la moitié des jeunes (en majorité des filles) a été confrontée au harcèlement sexuel⁸³. Une analyse de la pratique judiciaire dans le domaine du racisme et de la discrimination raciale (art. 261^{bis} CP) conclut que les déclarations racistes sur l'internet et surtout sur les médias sociaux ont considérablement augmenté⁸⁴. Les recensements effectués par diverses organisations amènent également à conclure que le discours haineux sur les plateformes constitue un problème croissant, même si le nombre de cas rapportés est faible.

Les statistiques annuelles de la Commission fédérale contre le racisme (CFR), par exemple, montrent que les condamnations pour crimes racistes sont en augmentation constante depuis longtemps, avec une proportion de plus en plus importante de cas impliquant les médias sociaux⁸⁵. Les évaluations des chiffres du Réseau de centres de conseil pour les victimes du racisme montrent également une augmentation des incidents à caractère raciste survenus sur l'internet entre 2015 et 2019, tant en pourcentage qu'en chiffres absolus. Enfin, la surveillance assurée par la Fédération suisse des communautés israélites (FSCI)⁸⁶ et la Coordination intercommunautaire contre l'antisémitisme et la diffamation (CICAD)⁸⁷ font état d'une forte proportion d'incidents en ligne dans ce domaine. Il convient toutefois de noter que ces statistiques sont basées sur des méthodes de recensement différentes et qu'elles reflètent des phénomènes qui ne sont pas absolument identiques. Les évaluations de la FSCI montrent que les incidents antisémites sont dix fois plus nombreux dans l'espace numérique que dans l'espace physique hors ligne et témoignent notamment d'un phénomène qui se produit sur les plateformes de médias sociaux⁸⁸.

5.2.4 Normalisation du discours haineux et lien avec la violence physique

Le contenu de discours haineux n'est pas forcément illégal; il se situe souvent à la limite de la légalité, ce qui peut également s'avérer problématique. Des formes de discrimination subtiles peuvent par exemple se transformer avec le temps en discours haineux ouvert, voire en violence si elles

spécifiquement investigués, enregistrés et poursuivis et assortis de sanctions pénales plus sévères. Les tribunaux peuvent toutefois tenir compte de motivations racistes lors de la fixation de la peine, notamment dans l'appréciation de la culpabilité de l'auteur et en cas de concours d'infractions.

⁸¹ Voir l'avis du Conseil fédéral sur l'interpellation Grüter 17.3751

⁸² *Stahel*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, 15.

⁸³ *Bernath et al.*, JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schweiz, 51-54; *Stahel/Jakoby*, Sexistische und LGBTIQ*-feindliche Online-Hassrede im Kontext von Kindern und Jugendlichen: Wissenschaftliche Grundlagen und Gegenmassnahme, 37ss.

⁸⁴ *Leimgruber*, Die Rassismusstrafnorm in der Gerichtspraxis, 19 et 46-47.

⁸⁵ Voir *Stahel*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, 58-59.

⁸⁶ *Fédération suisse des communautés israélites*, Rapport sur l'antisémitisme en Suisse alémanique 2020.

⁸⁷ *Coordination intercommunautaire contre l'antisémitisme et la diffamation*, Antisémitisme en Suisse romande.

⁸⁸ *Fédération suisse des communautés israélites*, Rapport sur l'antisémitisme en Suisse alémanique 2020.

Intermédiaires et plateformes de communication

bénéficient d'un écho public durable et d'une diffusion potentiellement large⁸⁹, et surtout si d'autres facteurs y concourent (p. ex., des problèmes privés, un sentiment d'impuissance, des difficultés économiques). La recherche montre un lien clair entre la violence en ligne sous forme de discours haineux sur les plateformes de médias sociaux et des actes de violence contre les personnes ou les groupes de population concernés⁹⁰.

En Suisse, fedpol constate une augmentation des injures à l'encontre de magistrats et de parlementaires, notamment sur les médias sociaux, qui s'est encore accrue à la suite des mesures adoptées pour lutter contre la pandémie de Covid-19. Qu'il s'en prenne à des minorités vulnérables ou à des personnes exposées, le discours haineux menace le droit de la population à un espace numérique sûr. Par conséquent, il convient de protéger les droits élémentaires des personnes concernées également dans l'espace numérique, en particulier le droit à l'intégrité psychique et physique (art. 10, al. 2, Cst.). Le discours haineux peut aussi restreindre la liberté de communication (art. 16 ss Cst.) des personnes qui en sont victimes, ce qui se traduit par exemple par un phénomène de "repli numérique"⁹¹.

5.2.5 Les intermédiaires en tant que canal de diffusion du discours haineux

Au niveau international comme en Suisse, la recherche systématique est lacunaire. Sur les plateformes de médias sociaux telles que Twitter ou Facebook, la proportion de discours haineux varie entre 1% (Éthiopie, États-Unis) et 15% (Italie) des données collectées⁹². Différents groupes sociaux sont visés⁹³. Outre les forums en ligne tels que 4chan ou 8kun (anciennement 8chan), où s'organisent des groupes racistes, des plateformes de médias sociaux telles que Facebook, Twitter et YouTube contribuent aussi à la diffusion de contenus racistes, misogynes et glorifiant la violence, qui circulent non seulement entre personnes partageant les mêmes idées, mais atteignent également d'autres utilisateurs⁹⁴. Souvent, des incidents dégradants ou racistes relatés sur les plateformes de médias sociaux sont repris par des médias traditionnels, trouvant ainsi une plus large diffusion, indépendamment de leur position journalistique⁹⁵.

Le discours haineux et la désinformation se recoupent, lorsque des informations erronées et des théories du complot sont diffusées sciemment afin de discréditer des personnes et des groupes sociaux et justifier un comportement incitant à la haine⁹⁶. Cela a été le cas, par exemple, avec les actes de violence perpétrés aux États-Unis contre des Américains d'origine asiatique sur la base de théories du complot concernant l'origine de la pandémie de Coronavirus répandues sur les réseaux sociaux numériques⁹⁷.

⁸⁹ *Carlson/Rousselle*, First Monday 2020; *Ben-David/Fernández*, International Journal of Communication 10 (2016), 27, fedpol adressé à l'OFCOM un avis allant dans le même sens (courriel du 16.11.2020).

⁹⁰ *K. Müller/C. Schwarz*, Journal of the European Economic Association 2020; *Relia et al.*, Race, ethnicity and national origin-based discrimination in social media and hate crimes across 100 US cities, 417.

⁹¹ Voir sur ce phénomène STAHEL LEA, Status quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, Mai 2020 (unpubl.), 31s.

⁹² *Siegel et al.*, Trumping Hate on Twitter? Online Hate in the 2016 US Election and its Aftermath; *Gagliardone et al.*, Available at SSRN 2831369 2016; *Lingiardi et al.*, Behaviour & Information Technology 2019, 1.

⁹³ *Siegel et al.*, Trumping Hate on Twitter? Online Hate in the 2016 US Election and its Aftermath; *Lingiardi et al.*, Behaviour & Information Technology 2019, 1; *Gagliardone et al.*, Available at SSRN 2831369 2016.

⁹⁴ *Reichelmann et al.*, Deviant Behavior 2020, 1; *Celik*, Information Technology & People 2019.

⁹⁵ *A. Marwick/Lewis*, New York: Data & Society Research Institute 2017.

⁹⁶ *Ben-David/Fernández*, International Journal of Communication 10 (2016), 27.

⁹⁷ *Alba*, New York Times du 19.03.2021.

6 Désinformation

Principaux éléments

- La désinformation peut être diffusée de manière ciblée ou inconsciente par le biais de plateformes de communication. Elle est susceptible de causer des dommages, surtout si elle est diffusée à grande échelle.
- La pandémie de coronavirus montre que certains acteurs diffusent de la désinformation afin de saper la confiance dans les institutions démocratiques et accroître les tensions sociales.
- Les acteurs suisses qui diffusent délibérément de fausses informations trouvent moins d'écho que les médias traditionnels, mais ils sont intégrés dans des réseaux transnationaux par lesquels sont diffusés des contenus de désinformation.
- 84% de la population suisse considère la désinformation comme un problème croissant.

Le phénomène de la diffusion de désinformation en ligne a été posé en tant que problématique essentiellement par rapport aux élections et aux votations, par exemple en lien avec les activités de comptes russes sur Facebook et Twitter dans le cadre du référendum britannique sur le Brexit ou des élections présidentielles américaines⁹⁸. Au Myanmar, la persécution des Rohingyas en 2018 a été précédée d'une campagne de désinformation massive menée sur Facebook par des nationalistes bouddhistes et des membres de l'armée⁹⁹.

En raison de la pandémie de coronavirus, le débat sur la diffusion de contenus mensongers s'est récemment encore intensifié et étendu à d'autres domaines de la société. La désinformation peut non seulement avoir des conséquences négatives sur la formation politique de l'opinion et de la volonté, mais aussi menacer la santé de la population et alimenter les conflits sociaux¹⁰⁰.

Au niveau de la sphère publique démocratique, la diffusion de fausses informations est un problème urgent. En effet, elle empêche l'échange d'arguments basé sur des informations sûres et vérifiées, et complique la formation de l'opinion. Dès lors, elle menace l'autodétermination démocratique, qui est garantie par des élections et des votations libres et équitables ainsi que par un échange d'opinions libre et équitable¹⁰¹. Si la désinformation devient une composante dominante de la communication publique, elle risque d'entraver la formation de l'opinion, notamment à la veille d'élections et de votations, et donc de compromettre l'autodétermination démocratique. Au vu de son importance, ce thème est traité de manière approfondie dans le rapport du Conseil fédéral sur la politique de sécurité¹⁰².

6.1 Définitions

La désinformation est souvent utilisée comme terme générique pour désigner des informations inexacts ou fausses. Suivant le contexte, les termes "désinformation", "mésinformation", "propagande informatique" ou "fake news" sont notamment utilisés. Pour saisir la complexité du phénomène, une expertise des autorités allemandes de régulation des médias distingue sept formes différentes. Celles-ci peuvent être présentées de manière plus précise en fonction de la véracité de l'information d'une part et de l'intention des auteurs d'autre part. Selon Möller et al., il convient de distinguer les formes suivantes¹⁰³:

- (1) *Informations inexacts ou décontextualisées involontairement sans intention de tromper*, par exemple l'image de la forêt amazonienne en feu, attribuée à un tweet actuel mais provenant de

⁹⁸ Bayer et al., Disinformation and propaganda.

⁹⁹ Asher, Myanmar coup: How Facebook became the "digital tea shop", <https://www.bbc.com/news/world-asia-55929654>.

¹⁰⁰ Havey, Journal of Computational Social Science 3 (2020), 319.

¹⁰¹ Tenove, The International Journal of Press/Politics 25 (2020), 517.

¹⁰² Conseil fédéral suisse, La politique de sécurité de la Suisse, p. 13s

¹⁰³ J. Möller/Hameleers/Ferreau, Typen von Desinformation und Misinformation, p. 12ss.

Intermédiaires et plateformes de communication

l'année précédente. La fausse représentation ne diffère que peu de la véracité et l'écart entre la fausse information et la réalité n'est pas très grave.

- (2) *Contenus involontairement trompeurs*, par exemple les prétendus récits de témoins oculaires diffusés sans autre vérification des déclarations. Ici, l'écart entre la réalité et la désinformation est plus grave.
- (3) *Décontextualisation délibérée d'informations réelles* ou, autrement dit, informations vraies placées dans un faux contexte. Cette forme de désinformation se distingue des informations inexactes (1) par l'intention trompeuse qui la sous-tend. Le but est souvent de promouvoir un objectif idéologique ou économique. Sous le hashtag #filmyourhospital, par exemple, des utilisateurs de médias sociaux ont diffusé des vidéos authentiques d'hôpitaux vides, afin de jeter le doute sur l'ampleur réelle de la pandémie de coronavirus. Les images provenaient en réalité d'autres services des hôpitaux en question.
- (4) *Désinformation délibérée*. La base factuelle fait ici totalement défaut. Il s'agit d'histoires inventées de toute pièces pour tromper le public ou influencer l'opinion individuelle et publique. La désinformation délibérée comprend aussi bien les pratiques de fraudeurs sur l'internet, qui promeuvent des conseils de santé alternatifs ou des stratégies d'investissement, que la diffusion d'une étude inventée établissant un lien de causalité entre l'apparition du coronavirus et la couverture des réseaux 5G.
- (5) *Publicité (politique) manipulatrice* visant à influencer directement les choix électoraux des citoyens ou à générer des dons pour la campagne électorale. L'impression, sur le côté du bus de campagne électorale, de la campagne "Leave" à l'approche du vote sur le Brexit relève de cette forme de désinformation. La campagne affirmait en gros caractères que le Royaume-Uni verse 350 millions de livres par semaine à l'UE, ce qui est de toute évidence faux.
- (6) *Pseudo-journalisme non authentique et trompeur (fake news)*. Il s'agit d'informations dont la présentation imite des sources d'information établies sans respecter les normes journalistiques correspondantes. En font notamment partie les comptes rendus inventés sur le soutien présumé du pape à la candidature de Donald Trump lors de la campagne présidentielle américaine de 2016, qui sont d'abord apparues sur le site internet pseudo-journalistique WTO5 News avant de se répandre ensuite sur diverses plateformes de médias sociaux.
- (7) *La propagande* en tant que manipulation intentionnelle du public par des gouvernements et des acteurs en position de pouvoir. C'est ici que l'intention de tromper et le décalage entre la désinformation et la réalité sont les plus grands. L'objectif n'est pas d'obtenir des succès (électoraux) à court terme, mais de perturber l'ordre social à long terme; par exemple amplifier des ressentiments, voire provoquer des tensions diplomatiques entre Etats, à travers des récits antisémites ou xénophobes qui se répandent sur les canaux des médias sociaux.

Certaines publications utilisent le terme de désinformation comme terme générique pour ces différents phénomènes¹⁰⁴. Toutefois, le terme perd ainsi la sélectivité analytique nécessaire: il devient notamment difficile de déterminer si la diffusion d'informations factuellement fausses est intentionnelle ou non. La désinformation doit être donc comprise comme une fausse information intentionnelle et manipulatrice, et distinguée de la fausse information non intentionnelle en tant que mésinformation¹⁰⁵.

¹⁰⁴ Voir *Commission européenne*, A multi-dimensional approach to disinformation, 11.

¹⁰⁵ Voir p.ex. *Wardle/Derakhshan*, Information Disorder, p. 20 Les auteurs distinguent en outre la malinformation, qui comprend des phénomènes tels que les fuites de documents internes et la publication d'informations factuellement exactes mais privées dans le but de nuire à certaines personnes ou organisations. Wardle et Derakhshan rangent également le discours haineux sous le terme de malinformation. Dans le contexte du présent rapport, il semble toutefois utile de distinguer le discours haineux des diverses formes de désinformation.

Intermédiaires et plateformes de communication

6.2 Conséquences sociales de la désinformation: constats pour la Suisse et résultats des recherches menées à l'échelle internationale

6.2.1 Danger pour les processus politiques, la santé et la sécurité

La désinformation peut causer des dommages publics, c'est-à-dire entraver les processus politiques démocratiques et la prise de décisions politiques ou mettre en danger des biens publics comme la santé¹⁰⁶ et la sécurité publiques.

La désinformation peut causer des dommages sociaux surtout lorsqu'elle est diffusée en masse sur les plateformes numériques des nouveaux intermédiaires¹⁰⁷. On le constate notamment avec les informations erronées sur la pandémie de Covid-19, que l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a qualifiées d'*infodémie*, par analogie avec la propagation du coronavirus: "une épidémie mondiale de désinformation"¹⁰⁸.

Des campagnes de désinformation ciblées sont menées par divers acteurs dans le monde entier, souvent dans le but de semer la méfiance à l'égard des institutions politiques, et de créer ou d'exacerber les tensions sociales. Elles ont parfois de graves conséquences pour les démocraties, comme le note le rapport du Conseil fédéral sur la politique de sécurité de la Suisse¹⁰⁹, notamment en favorisant la polarisation sociale¹¹⁰. En outre, les campagnes de désinformation de pays tiers peuvent faire partie des menaces hybrides pour la sécurité intérieure, par exemple lors de votations, en combinaison avec des cyberattaques¹¹¹. Mais elles peuvent avoir de lourdes répercussions sur d'autres biens publics. Ainsi, la désinformation peut non seulement conduire les gens à ignorer les conseils sanitaires des autorités et à adopter un comportement entraînant des risques pour la santé, mais aussi avoir un impact négatif sur la situation économique et financière d'un pays. Dans le contexte de la pandémie de coronavirus, des campagnes de désinformation ciblées menées par des acteurs étrangers et nationaux dans l'UE ont été identifiées; elles visaient notamment à saper la crédibilité des autorités nationales ou régionales¹¹². En Suisse, la Swiss National COVID-19 Science Task Force a souligné l'importance du rôle des plateformes numériques dans la diffusion de fausses informations et, par conséquent dans la diminution de la confiance vis-à-vis des institutions et dans le risque d'aggraver la fracture sociale¹¹³.

6.2.2 La désinformation et les plateformes numériques: constats pour la Suisse

Des recherches récentes ont étudié le phénomène de la désinformation également dans le contexte des fake news, c'est-à-dire des fausses informations pseudo-journalistique produites délibérément. Dans une enquête représentative auprès la population suisse en 2018, 84% des personnes interrogées ont déclaré que les fake news étaient un problème actuel ou imminent en Suisse. Près de 40% des personnes interrogées pensaient que l'on tente en Suisse de manipuler les élections et les votations en diffusant intentionnellement des informations erronées¹¹⁴. Cette opinion est partagée notamment par les personnes qui utilisent fréquemment les plateformes de médias sociaux, les services de messagerie comme WhatsApp ou Telegram, ainsi que les offres en ligne de médias non

¹⁰⁶ Voir p. ex. la déclaration de la Commission européenne "Lutter contre la désinformation concernant la COVID-19 – Démêler le vrai du faux": L'"infodémie" en lien avec la pandémie peut semer la confusion, susciter la méfiance et compromettre une réaction efficace en termes de santé publique. *Commission européenne*, Communication commune au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions.

¹⁰⁷ *Matasick/Alfonsi/Bellantoni*, Governance responses to disinformation: How open government principles can inform policy options, S. 12f.; *Weedon/Nuland/Stamos*, Information Operations and Facebook.

¹⁰⁸ *Zarocostas*, *The Lancet* 395 (2020), 676.

¹⁰⁹ *Conseil fédéral suisse*, La politique de sécurité de la Suisse 5, 13–14.

¹¹⁰ *Conseil fédéral suisse*, La politique de sécurité de la Suisse, p. 12ss; *Tucker et al.*, Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature.

¹¹¹ Voir p. ex. *Commission européenne*, Communication au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, chif. 1, p. 2.

¹¹² Voir p. ex. *Commission européenne*, Communication commune au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, chif. 1.

¹¹³ *National COVID-19 Science Task Force*, Responses to Corona denial.

¹¹⁴ *Fretwurst/Bonfadelli/T. Friemel*, Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018, p. 3.

Intermédiaires et plateformes de communication

établis. Elles déclarent beaucoup plus fréquemment tomber sur de fausses informations que les personnes qui se tournent davantage vers les médias traditionnels.

Les personnes qui recourent beaucoup aux médias alternatifs tels que Breitbart News ou Sputniknews et à des applications de messagerie telles que WhatsApp ou Telegram croient davantage en la véracité des théories du complot que les utilisateurs tirant leurs informations principalement d'offres journalistiques numériques et de podcasts¹¹⁵. Les plateformes de médias sociaux ne jouent pas ici de rôle important, entre autres parce qu'elles couvrent des besoins très différents, dont la consommation d'informations n'est qu'une composante.

Une étude récente de 2020, qui a utilisé un ensemble complet de données Twitter pour examiner la communication autour du coronavirus, conclut que la désinformation liée au Covid-19 est un problème marginal dans la sphère Twitter suisse. Selon cette étude, les quelques tweets sur des fausses nouvelles n'ont guère retenu l'attention¹¹⁶. Les acteurs centraux sont plutôt les médias d'information et les autorités qui, avec les scientifiques, peuvent y diffuser largement leurs préoccupations et leurs points de vue. Les conclusions de l'étude coïncident avec le constat que la Suisse, comme d'autres pays notamment d'Europe du Nord, peut être considérée comme plutôt résistante à la désinformation¹¹⁷. Cela s'explique entre autres par la position forte de la radiodiffusion publique, le faible degré de polarisation de la société et la confiance relativement élevée dans les médias traditionnels.

Du point de vue réglementaire, une double lacune apparaît dans le domaine de la désinformation. D'une part, beaucoup moins de résultats de recherche sont disponibles pour d'autres plateformes de médias sociaux que Twitter: de nombreuses plateformes ont empêché ou n'ont jamais permis l'accès à leurs données pour la recherche scientifique. D'autre part, les plateformes elles-mêmes ne publient presque aucune donnée ou information indiquant dans quelle mesure et avec quel succès les fausses informations sont identifiées et supprimées.

6.2.3 La désinformation et les plateformes numériques: résultats des recherches menées à l'échelle internationale

Les conclusions de la recherche internationale sont plus ambivalentes que les constats pour la Suisse: d'une part, les études montrent que, justement en périodes de campagnes électorales, la désinformation est propagée de manière ciblée – également par des acteurs étrangers – pour influencer l'opinion publique. La présentation racoleuse de ces messages de désinformation, ainsi que l'architecture numérique des plateformes de médias sociaux, font qu'ils se répandent plus rapidement et plus durablement que les informations ordinaires¹¹⁸. Dans des pays comme les Etats-Unis, la polarisation politique d'un système de facto bipartite et la perte de confiance croissante du public dans les médias traditionnels encouragent l'attention grandissante portée aux campagnes de désinformation¹¹⁹. Des organisations de médias alternatives, jusqu'alors périphériques, telles que Breitbart News, parviennent ainsi de plus en plus à occuper une position centrale dans la sphère publique numérique¹²⁰. Des pays comme le Royaume-Uni, considérés comme résistants à la désinformation¹²¹, deviennent aussi plus vulnérables à la diffusion de fausses informations lors de votations très polarisées comme le référendum sur le Brexit¹²². D'un autre côté, les fake news ne parviennent en grande quantité qu'à une petite partie des utilisateurs de médias sociaux, et la proportion d'utilisateurs qui les rediffusent est encore plus faible¹²³. La majorité des utilisateurs sont

¹¹⁵ Fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, Kommentierte Auswertungen Studie Desinformation.

¹¹⁶ Rauchfleisch/Vogler/Eisenegger, Wie das Coronavirus die Schweizer Twitter-Communitys infizierte, p. 2.

¹¹⁷ Vgl. Humprecht/Escher/van Aelst, The International Journal of Press/Politics 25 (2020), 493-516.

¹¹⁸ Vosoughi/Roy/Aral, Science 359 (2018), 1146.

¹¹⁹ Tucker et al., Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature.

¹²⁰ Benkler/Faris/Roberts, Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics.

¹²¹ Humprecht/Escher/van Aelst, The International Journal of Press/Politics 25 (2020), 493-516.

¹²² Howard/Kollanyi 2016.

¹²³ Grinberg et al., Science 363 (2019), 374 Dans ce contexte, la recherche aborde également les phénomènes de "chambres d'écho" ou de "bulles de filtrage" (Sunstein, # Republic: Divided democracy in the age of social media; Pariser, The filter bubble: What the Internet is

Intermédiaires et plateformes de communication

donc relativement peu en contact avec la désinformation. Toutefois, les recherches montrent que les plateformes de médias sociaux, plutôt que les organisations de médias traditionnelles, sont les principaux canaux de diffusion de la désinformation¹²⁴.

6.2.4 Formation politique de l'opinion à l'approche d'élections et de votations

La formation de l'opinion avant une votation est un domaine particulièrement sensible de la formation sociale de l'opinion¹²⁵. La libre formation de l'opinion présuppose un débat politique large et ouvert, dans lequel les fausses informations sont aussi admissibles. En effet, le débat public sert précisément à séparer les informations exactes des fausses informations.

Sur le plan empirique, il est difficile de savoir comment les plateformes des intermédiaires influencent concrètement la formation politique de l'opinion et la qualité de l'information des électeurs à l'approche d'élections et de votations en Suisse. Les liens de causalité ne sont encore de loin pas tous établis¹²⁶. La diffusion de fausses informations via les plateformes de médias sociaux ne semble toutefois pas revêtir une grande pertinence pour la formation politique de l'opinion. Dans le même temps, il existe une corrélation positive entre l'utilisation des médias numériques et le niveau de connaissances politique individuel¹²⁷.

Les analyses de votations et d'élections régulièrement menées suite aux scrutins fédéraux permettent de fournir néanmoins des indications sur la véritable pertinence des plateformes de médias sociaux dans la formation de l'opinion¹²⁸. Lors de votations, la proportion d'électeurs qui déclarent utiliser les médias sociaux ainsi que des films et des clips vidéo sur l'internet comme sources d'information est passée d'un quart à un tiers entre 2016 et 2020. Malgré cette importance croissante, les sources d'information traditionnelles comme les explications du Conseil fédéral, les articles de journaux et les émissions de télévision affichent une proportion d'utilisation relativement stable et toujours nettement supérieure à 80%¹²⁹. Dans l'enquête complémentaires sur les élections fédérales de 2019, 13% des électeurs ont déclaré avoir eu recours à des sites internet, des blogs ou des médias sociaux comme sources d'information¹³⁰.

Pour les candidats également, les outils en ligne étaient globalement beaucoup moins pertinents que les outils de campagne traditionnels comme la distribution de matériel de campagne imprimé. Cette faible pertinence ne s'applique cependant pas à toutes les plateformes. Facebook a ainsi été utilisé par deux tiers des candidats et 40% ont jugé cet outil important¹³¹. Les analyses du Monitoring médias 2019 montrent que Facebook et YouTube occupent le troisième et le quatrième rangs derrière 20 Minuten et SRF 1, et qu'ils disposent d'un grand pouvoir d'opinion¹³². A moyen et à long terme,

hiding from you). La crainte est que les utilisateurs interagissent principalement avec des pairs sur les plateformes numériques et qu'ils soient donc susceptibles d'entrer en contact avec de fausses informations ou de présenter une consommation d'informations presque dépourvue de contenus de médias traditionnels. Les résultats de la recherche sont ambivalents; ils montrent d'une part que les chambres d'écho se produisent principalement aux extrêmes du spectre politique. (*Benkler/Faris/Roberts*, Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics; *Bright*, Available at SSRN 2839728 2017). D'autre part, les utilisateurs de plateformes numériques dans leur ensemble sont confrontés à un plus large éventail d'opinions et de positions politiques. (*Barberá*, Job Market Paper, New York University 46 (2014); *J. Möller/Helberger/Makhortyk* 2019; *Bruns*, Are filter bubbles real?). Les quelques études qui traitent de la Suisse montrent qu'il n'est guère possible de trouver sur les plateformes numériques des espaces de communication isolés les uns aux autres au sens de l'hypothèse de la chambre d'écho. (*Keller*, Computational Communication Research 2 (2020), 175; *Rauchfleisch/Metag*, New Media & Society 18 (2016), 2413; *Rauchfleisch/Vogler*, #NoBillag auf Twitter: Grabenkämpfe zwischen Gegnern und Befürwortern; *Arit/Rauchfleisch/Schäfer*, Environmental Communication 13 (2019), 440).

¹²⁴ *Allcott/Gentzkow*, Journal of Economic Perspectives 31 (2017), 211.

¹²⁵ *Schefer/Cueni*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, p. 61.

¹²⁶ *Gilardi/Dermont/Kubli*, Die digitale Transformation der Demokratie, 42, 44.

¹²⁷ *Bieri et al.*, (Im Erscheinen). Digitalisierung in der Schweizer Politik – Wie sich Politik und Technologie neu arrangieren, p. 192.

¹²⁸ Pour les votations, il s'agit des analyses de vote Voto (<https://www.voto.swiss/?lang=fr>) et VOX (<https://vox.gfsbern.ch/fr/publications/>) confiées à la Chancellerie fédérale, pour les élections des études électorales suisses (Selects) (<https://forscenter.ch/projects/selects/?lang=fr>).

¹²⁹ *Milic/Feller/Kübler*, VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 27. September 2020, S. 15; *Milic/Kübler*, VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 25. September 2016.

¹³⁰ *Tresch et al.*, Eidgenössische Wahlen 2019. Wahlteilnahme und Wahlentscheid, 53ff.

¹³¹ *Tresch et al.*, Eidgenössische Wahlen 2019. Wahlteilnahme und Wahlentscheid, p. 57.

¹³² *Thommen/Steiger/Eichenberger Raphael*, Medienmonitor Schweiz 2019, 62ff. Le Monitoring médias définit le pouvoir d'opinion comme le produit de deux facteurs d'influence: d'une part, la performance qualitative des marques, comprise comme l'évaluation des marques de

Intermédiaires et plateformes de communication

l'importance des nouveaux intermédiaires lors d'élections et de votations devrait continuer à augmenter, d'autant plus qu'ils servent, en tant que plateformes, à diffuser des contenus de tiers. Or, en fonction de la manière dont le flux d'informations individuel des utilisateurs est conçu, les contenus d'information ou de désinformation gagnent en visibilité. Tant les offres des médias traditionnels ou des chaînes de la SSR que celles de prestataires alternatifs, comme Breitbart News ou Les Observateurs, sont en effet de plus en plus diffusées via des plateformes telles que Facebook, Instagram, Twitter ou YouTube¹³³.

7 Contrôle privé de la communication publique et manque de transparence

Principaux éléments

- Les plateformes créent leurs propres règles de communication, qu'elles modifient souvent et qui sont parfois peu claires.
- Les plateformes suppriment ou bloquent des contenus, à leur guise ou parce qu'elles sont soumises à des pressions économiques ou politiques.
- Il existe un grand manque de transparence concernant les règles relatives à la publicité politique et commerciale, notamment en ce qui concerne leur signalisation.
- Les algorithmes des intermédiaires ne sont pas neutres, mais discriminent certains groupes de population et peuvent faire passer de fausses informations pour vraies.
- Il est problématique que la recherche ait difficilement accès aux données pertinentes. L'ampleur du discours haineux et de la désinformation, le nombre de suppressions de messages et de comptes d'utilisateurs, ainsi que le fonctionnement des algorithmes restent donc une zone d'ombre.
- Les utilisateurs ne peuvent pas, ou pas suffisamment, se défendre contre les décisions de suppression ou de blocage de comptes prises par les intermédiaires.

Les intermédiaires organisent l'espace numérique et le rendent accessible. Les algorithmes des plateformes numériques telles que Facebook, YouTube ou Google sélectionnent, dans une surabondance d'informations, les contenus qui pourraient avoir une pertinence particulière pour les différents utilisateurs, qui reflètent leur comportement antérieur et qui ont déjà été partagés fréquemment par d'autres utilisateurs. Contrairement aux médias journalistiques, dans le cas des intermédiaires, cette sélection et cette hiérarchisation sont personnalisées et largement automatisées. Or, la sélection est toujours synonyme d'inégalité de traitement: un contenu est montré à un utilisateur, un autre pas; un certain contenu s'affiche chez quelqu'un en haut du fil d'actualité, un autre figurera plus bas.

Du point de vue des utilisateurs, ce traitement différencié est souhaité car il augmente la probabilité de trouver les informations qui les intéressent. Toutefois, il peut devenir problématique si les critères de sélection sont formulés de manière peu claire et changent constamment, si les intermédiaires bloquent des contenus socialement souhaitables (p. ex., des critiques) et légalement autorisés, si la sélection est discriminatoire (p. ex., affichage systématiquement moins fréquent des messages ayant une certaine orientation politique) et s'il n'existe pas de possibilités adéquates de s'opposer aux décisions de suppression et de blocage de comptes (chapitre 7.1).

Les décisions de sélection des plateformes numériques sont prises en grande partie par des algorithmes. Ce processus est exposé à différentes formes de distorsions qui réduisent la diversité des informations et nuisent à la qualité de l'information (chapitre 7.2). Sont particulièrement problématiques les distorsions qui colportent des préjugés à l'encontre de groupes sociaux ainsi que celles qui accordent aux fausses informations un statut de même valeur à côté de faits avérés.

médias par leurs utilisateurs, et d'autre part le pouvoir de marché *quantitatif* des titres et des maisons de médias, au sens des prestations quotidiennes en matière de contact.

¹³³ En ce qui concerne l'importance générale des plateformes numériques pour l'accès aux offres d'informations, voir *N. Newman et al.*, Reuters Institute Digital News Report 2020, S. 23.

Intermédiaires et plateformes de communication

Pour une formation non faussée de l'opinion et de la volonté, il est essentiel que les utilisateurs puissent évaluer correctement la fiabilité de l'information, une condition qui exige de la transparence dans différents domaines (chapitre 7.3). Par exemple, la publicité doit être signalée comme telle (chapitre 7.3.1) et les utilisateurs doivent savoir s'ils communiquent avec d'autres personnes ou avec des bots (chapitre 7.3.2).

7.1 Elaboration et application de règles privées et non transparentes sans garanties de procédure minimales

7.1.1 Règles de communication globales des organisations privées

Les règles qui s'appliquent à la communication sur les plateformes et qui déterminent, par exemple, quels contenus sont autorisés et lesquels ne le sont pas, sont en grande partie fixées en privé. Bien que des consultations d'experts soient menées de manière sporadique, on ne sait pas qui est consulté ni dans quelle mesure les avis de tiers sont pris en compte. De plus, les règles sont élaborées de manière centralisée – selon les valeurs américaines et les représentations du public correspondant pour des entreprises comme Google, Facebook, YouTube, Instagram et Twitter, et selon les valeurs chinoises pour TikTok, WeChat ou Sina Weibo –, mais elles sont mises en œuvre au niveau mondial et s'appliquent donc également à la Suisse. Tant qu'elles ne sont pas ancrées dans la loi, les valeurs nationales, voire régionales, ne sont pas prises en compte par les intermédiaires.

La suppression par Facebook, en 2016, d'une image qui aurait violé les normes communautaires de la plateforme illustre bien ce problème. Il s'agit de la photo de Phan Thị Kim Phú, alors âgé de neuf ans, fuyant une attaque au napalm lancée par l'armée américaine pendant la guerre du Vietnam en 1972. L'image, qui a remporté le prix Pulitzer, violait l'interdiction imposée par Facebook des représentations de la nudité. Le journaliste Tom Egeland, du journal norvégien *Aftenposten*, l'avait partagée ainsi que d'autres images de la guerre du Vietnam considérées comme des documents historiques¹³⁴. Il a fallu que le rédacteur en chef Espen Egil Hansen rédige une lettre ouverte et la publie en première page de son journal, que le Premier ministre norvégien Erna Solberg republie la photo et qu'une campagne publique soit menée pour que Facebook autorise à nouveau l'image¹³⁵.

D'un point de vue juridique, les fournisseurs de plateformes privées sont en principe libres, dans le cadre de leur autonomie privée ou contractuelle, d'établir leur propre règlement et de prévoir des règles d'utilisation qui vont au-delà du droit applicable (p. ex. l'inadmissibilité de toute représentation de la violence)¹³⁶. Ainsi, contrairement à l'Etat, les entités privées ne sont en principe pas tenues de respecter les droits fondamentaux. Toutefois, l'Etat est tenu de contribuer à la réalisation des droits fondamentaux et de veiller, dans la mesure où ils s'y prêtent, que ces droits soient aussi réalisés dans les relations qui lient les particuliers entre eux (art. 35, al. 2 et 3, Cst.). Il est obligé de prendre des mesures si l'exercice effectif de ces droits est menacé par d'autres acteurs¹³⁷. C'est notamment le cas lorsque des valeurs qualifiées, telles que les libertés de communication d'un grand nombre de personnes, sont menacées par des entités privées socialement puissantes¹³⁸.

Un autre problème est que les intermédiaires dominants ne formulent pas, dans leurs normes communautaires, les critères d'inadmissibilité des contenus, ou qu'ils les formulent de manière imprécise (p. ex. avec des termes vagues tels que "contenu préjudiciable ou dangereux") et qu'ils les modifient de manière répétée. En effet, ils changent souvent leur règlement interne de manière abrupte, par exemple en fonction de la situation politique du moment ou à la suite d'incidents individuels qui suscitent des réactions particulièrement fortes. Les modifications du règlement

¹³⁴ *Shahani*, With 'Napalm Girl,' Facebook humans (not algorithms) struggle to be editor, <https://text.npr.org/493454256>; *Süddeutsche Zeitung*, Berühmtes Vietnam-Foto gelöscht - Aftenposten greift Facebook an, <https://www.sueddeutsche.de/digital/napalm-girl-beruehmtes-vietnam-foto-geloescht-aftenposten-greift-facebook-an-1.3154517>.

¹³⁵ *Shahani*, With 'Napalm Girl,' Facebook humans (not algorithms) struggle to be editor, <https://text.npr.org/493454256>.

¹³⁶ *Schefer/Cueni*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 24, *Masmejan*, Débat public en ligne et protection des libertés de communication, 30.

¹³⁷ Voir WALDMANN, BSK BV, art. 35 cst., N 6, 9 et 40.

¹³⁸ Voir WALDMANN, BSK BV, art. 35 Cst., N 71; sur la reconnaissance de la liberté générale d'expression en tant que droit protégé qualifié en raison de sa fonction élémentaire pour le fonctionnement d'une société démocratique TF 96 I 586, E. 6, 592; Voir HERTIG, BSK BV, art. 16 BV, N 4.

Intermédiaires et plateformes de communication

interne peuvent entre autres concerner le blocage non uniforme des comptes d'utilisateurs de personnes célèbres (p. ex. le blocage du compte de Donald Trump par Twitter et Facebook), le traitement de la désinformation dans la pandémie de coronavirus (p. ex. la suppression de vidéos de désinformation par YouTube) ou l'action de Facebook contre les théories du complot (comme dans le cas du mouvement QAnon). Ces exemples montrent qu'en ce qui concerne les droits fondamentaux de la communication, ce n'est pas tant le fait *que* des intermédiaires privés établissent et appliquent des règles de communication qui pose problème, mais la façon dont ceux-ci fixent et appliquent ces règles privées, à savoir de manière non transparente, incohérente et sans garanties de procédure minimales.

Il peut donc arriver que des utilisateurs s'abstiennent, en cas de doute, de diffuser des commentaires critiques, même s'ils seraient autorisés à le faire (*chilling effect*)¹³⁹. Et ce, parce que les règles de communication ne sont pas claires à leurs yeux et qu'ils doivent craindre des sanctions telles que le blocage de leur compte. Cette situation pourrait conduire à une restriction indésirable de la liberté de communication et de la diversité de l'information.

7.1.2 Dangers de la quasi-censure

Non seulement les intermédiaires déterminent les règles de communication en vigueur sur leurs plateformes, mais ils les appliquent également de leur propre initiative et sans contrôle démocratique. Par exemple, ils suppriment certains contenus et, parfois, bloquent des utilisateurs. Les décisions sur l'admissibilité des contenus dans la communication publique ne sont plus prises par des autorités de régulation et des tribunaux nationaux indépendants selon des normes juridiques légitimées démocratiquement, mais par quelques puissantes organisations internationales selon leurs propres normes. Certes, les intermédiaires sont aussi soumis au droit suisse, mais son application s'avère souvent difficile en raison de la nature internationale de l'internet (voir aussi chapitre 10.2.3).

Dans de nombreux cas, ce contrôle peut se faire sans poser de problèmes ou même être socialement souhaitable, par exemple, lorsque les intermédiaires sanctionnent, dans le respect des lois nationales, de fausses informations dangereuses pour la santé ou des contenus préjudiciables aux mineurs. Cependant, un tel contrôle peut aussi signifier une limitation de la liberté de communication et d'information. Il peut y avoir un risque de quasi-censure des contenus et des personnes, par exemple lorsque, à la suite de violations, des comptes sont durablement supprimés. Des intermédiaires pourraient être tentés de supprimer trop d'informations ("surblocage") afin de prévenir d'hypothétiques réactions négatives du public, du monde politique et des entreprises ou d'éviter d'éventuels problèmes juridiques. Le seuil de ce qui constitue une désinformation ou un discours haineux est parfois si bas qu'il entraîne la suppression de contenus ou de comptes non problématiques. Pour la Suisse, c'est particulièrement le cas lorsque les intermédiaires suivent une législation étrangère plus restrictive (p. ex. l'Allemagne).

Parfois, ce sont les propres directives des plateformes qui conduisent à la suppression de messages non problématiques ou au blocage de comptes. Par exemple, lorsque Twitter a introduit sa politique sur l'intégrité civique à l'approche des élections européennes de 2019 pour prévenir toute éventuelles désinformation et manipulation, la mesure a brièvement entraîné une vague de surblocage¹⁴⁰. Destinées à réagir au "Code de conduite de l'UE en matière de lutte contre la désinformation" (voir chapitre 11.1.1.1), les activités de blocages de la plateforme ont largement dépassé l'objectif visé et inclus, entre autres, les comptes du secrétaire d'Etat berlinois Sawsan Chebli et du Jüdische Allgemeine Wochenzeitung, ceux de nombreux politiciens ou avocats, ainsi que des comptes satiriques¹⁴¹. La débâcle était en partie due à l'introduction d'une fonction de signalisation, dont certains opposants politiques ont abusé¹⁴².

¹⁴⁰ C. Schwarz, „Gut gemeint, schlecht umgesetzt“, <https://taz.de/Expertin-ueber-Overblocking-bei-Twitter!/5593230/>.

¹⁴¹ Köver, #twittersperrt: Twitter hat Satire-Tweet zu Unrecht gelöscht, <https://netzpolitik.org/2019/twittersperrt-twitter-hat-satire-tweet-zu-unrecht-geloescht/>.

¹⁴² Deutsche Welle, "Stolz auf den Twitter-Missbrauch", <https://www.dw.com/de/stolz-auf-den-twitter-missbrauch/a-48734597-0>.

Intermédiaires et plateformes de communication

Pour la Suisse, les intermédiaires ne divulguent pas quel nombre de comptes ni quels contenus, en quelle quantité, ont été supprimés puis, le cas échéant, rendus à nouveau visibles (voir chapitre 12.3). Il n'est donc pas possible à l'heure actuelle d'évaluer si l'influence sur la communication publique en Suisse et donc aussi les interventions dans les possibilités de formation de l'opinion de la part des intermédiaires sont adéquates ou non.

7.1.3 Danger de la discrimination

Les critères selon lesquels les intermédiaires rediffusent, bloquent ou suppriment certains contenus sont passablement opaques. Or, s'il n'y a pas une transparence minimale sur les critères de sélection, les utilisateurs ne savent guère pourquoi certaines informations sont affichées dans leur fil d'actualité et pas d'autres. Sans cette possibilité de contextualisation, il leur manque une condition préalable essentielle à la formation de leur opinion individuelle (voir en ce qui concerne la publicité et la communication automatisée, les chapitres 7.3.1 et 7.3.2)¹⁴³.

D'un point de vue juridique, un traitement différencié des contenus par de puissants intermédiaires d'opinion peut également s'avérer problématique s'il se fait sans raisons objectives légitimes¹⁴⁴. Il peut donner lieu à une sélection discriminatoire, par exemple si un contenu lié à des traits de personnalité, tels que l'âge, le sexe, l'origine ethnique, la religion ou les opinions politiques, est systématiquement traité autrement, qu'il n'est pas affiché ou seulement en bas du fil d'actualité¹⁴⁵. Pour les utilisateurs, cette pratique mettrait notamment en danger l'égalité des chances en matière de communication¹⁴⁶.

Pour l'heure, impossible de dire si et dans quelle mesure les intermédiaires sélectionnent et affichent systématiquement les contenus selon des critères non objectifs, car ils ne communiquent pas en détail sur leur logique de sélection et ne font pas examiner ses effets par des organismes indépendants. En conséquence, leurs pratiques discriminatoires sont difficiles, voire pratiquement impossibles à détecter, et l'étendue réelle des effets potentiellement nuisibles causés par la conception spécifique des algorithmes reste largement inconnue du public.

Néanmoins, il est possible de démontrer que la discrimination n'est pas un problème purement hypothétique. Par exemple, s'agissant du moteur de recherche Google, il a pu être prouvé que ses algorithmes différencient systématiquement certains groupes ethniques (p. ex., les résultats pour la requête de recherche "Black Girls" sont des représentations fortement sexualisées de femmes noires, contrairement aux "White Girls")¹⁴⁷. Cette représentation inégale dans les résultats de recherche perpétue la discrimination à l'encontre de certains groupes sociaux.

7.1.4 Manque de garanties de procédure

Les risques susmentionnés liés à l'élaboration et à l'application de règles privées et non transparentes sont exacerbés par le fait que les intermédiaires ne sont soumis à aucun principe minimum de procédure pour supprimer des contenus ou bloquer des comptes. De leur côté, les utilisateurs ne disposent pas de procédures juridiques établies ni de garanties de procédure pour intervenir contre les décisions de suppression, par exemple¹⁴⁸.

¹⁴³ Schefer/Cueni, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 68ss., Masmejan, Débat public en ligne et protection des libertés de communication, 27ss.

Le non-signalement de contenus payants provenant de tiers peut également rendre difficile, voire impossible, la classification adéquate des contenus par les utilisateurs (voir chapitre 7.3.1). Pour des raisons économiques ou politiques, les intermédiaires peuvent aussi eux-mêmes intervenir dans la formation de l'opinion politique et influencer les processus politiques. Par exemple, lorsque des appels à voter sont expérimentés (le "bouton de vote" de Facebook, Fichter, Republik du 16.05.2018), sans définition claire des critères utilisés pour indiquer aux utilisateurs si leurs "amis" ont déjà voté

¹⁴⁴ La situation est différente pour des intermédiaires qui ont une orientation idéaliste déclarée Voir Schefer/Cueni, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 57-59 und 67f., Cornils, Designing platform governance: A normative perspective on needs, strategies and tools to regulate intermediaries, S. 64, Masmejan, Débat public en ligne et protection des libertés de communication, 29f.

¹⁴⁵ Schefer/Cueni, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 57-59 et 67-68.

¹⁴⁶ Voir Schefer/Cueni, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 66.

¹⁴⁷ Noble, Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism.

¹⁴⁸ Voir Schefer/Cueni, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, 38s.

Intermédiaires et plateformes de communication

Si le signalement de contenus potentiellement inadmissibles est possible auprès de certains intermédiaires (voir chapitre 12.4.1.1), les auteurs des messages supprimés et les propriétaires des comptes bloqués ne sont généralement pas entendus et ne peuvent pas faire opposition¹⁴⁹, ce qui entraîne un risque d'atteinte aux droits fondamentaux démocratiques, à la liberté d'expression et à l'égalité de traitement. Le blocage de comptes ou d'utilisateurs, en particulier, constitue une atteinte considérable à la liberté de communication car, selon la position monopolistique de l'intermédiaire, elle revient à exclure largement des personnes et des opinions de la sphère publique numérique¹⁵⁰. Invoquant le principe de proportionnalité, plusieurs juristes demandent que le blocage de comptes ou d'utilisateurs ne soit envisagé qu'en dernier recours¹⁵¹.

7.2 Distorsion de la communication publique due à la sélection algorithmique

Utilisés à chaque étape de la communication numérique, les algorithmes sont devenus de puissants filtres dans l'environnement numérique. Ils déterminent quel contenu est visible ou non sur les médias sociaux, s'il est mis en évidence, quels utilisateurs peuvent voir quelles publicités. Ils déterminent également quels contenus violent les normes de la communauté et sont donc supprimés, ou dont la portée est pour le moins réduite. Sur les moteurs de recherche tels que Google, les algorithmes puisent dans une base de données mondiale, la rendent accessible aux utilisateurs, les aident à formuler des requêtes et classent les résultats en fonction de certains critères. Cependant, leur fonctionnement et leur logique restent largement opaques et leur influence sur la sphère publique numérique et le processus démocratique de formation de l'opinion est difficile à évaluer.

La recherche sur les algorithmes distingue principalement quatre problèmes¹⁵², tous liés au fait que les plateformes numériques telles que Google, Facebook ou YouTube décrivent leurs algorithmes comme neutres, objectifs et impartiaux, mais qu'en réalité, ceux-ci ont des effets déformants ou discriminatoires sur la communication dans la sphère publique numérique. La cause principale en est diverses formes de distorsions: distorsion dans la base de données et la classification (chapitre 7.2.1), distorsion due à la réactivité (chapitre 7.2.2) et distorsion dans le tri des contenus (chapitre 7.2.3). Il en résulte que certains contenus, personnes ou groupes de population sont exclus ou stigmatisés, alors que de fausses informations attestées sont mises en évidence. La question de la qualité et de la responsabilité démocratique des systèmes automatisés de prise de décision est étroitement liée à cette problématique (chapitre 7.2.4).

7.2.1 Distorsion dans la base de données et la classification

La qualité des performances algorithmiques telles que les requêtes des moteurs de recherche dépend essentiellement de la base de données, notamment de sa taille et de sa qualité. Une mauvaise base de données a des conséquences directes sur les performances de l'algorithme. Par exemple, l'une des plus grandes bases de données d'images au monde, ImageNet, est constituée à 45% d'images provenant des Etats-Unis, alors que ce pays ne représente qu'une faible proportion de la population mondiale (4%), contre 3% en provenance de l'Inde et de la Chine, qui en abritent ensemble plus du tiers (36%)¹⁵³. Les contenus provenant des Etats-Unis sont donc restitués de manière beaucoup plus fiable avec des classifications correctes que les contenus provenant de la zone indo-chinoise. Des images de couples américains, par exemple, ont été reconnues comme telles, alors que des photos de couples asiatiques en costume traditionnel ont été classifiées comme représentant une "cotte de maille", une "sorte d'armure" ou une "robe académique"¹⁵⁴.

Un incident survenu en 2015 est encore plus flagrant: l'algorithme de reconnaissance faciale de Google a classé comme "gorille" les photos de la petite amie afro-américaine de l'ingénieur logiciel

¹⁴⁹ Voir *Schefer/Cueni*, *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*, 56, *Saxer*, medialex 2020.

¹⁵⁰ Voir *Schefer/Cueni*, *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*, 53ss., *Masmejan*, *Débat public en ligne et protection des libertés de communication*, 30.

¹⁵¹ P. ex. *Schefer/Cueni*, *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*, 56/57 et 68/69.

¹⁵² *Bradshaw*, *Internet Policy Review* 8 (2019), 1.

¹⁵³ *Zou/Schiebinger*, *Nature* 559 (2018), 324, 325.

¹⁵⁴ *Shankar et al.* 2017.

Intermédiaires et plateformes de communication

Jacky Alcine. Trois ans plus tard, la société n'avait rien entrepris de plus dans ses tentatives de résoudre le problème que de désactiver la reconnaissance des gorilles¹⁵⁵.

La classification automatisée sur les plateformes de médias sociaux peut avoir d'autres conséquences. Facebook, par exemple, distingue les utilisateurs selon qu'ils portent ou non un intérêt à la politique - indépendamment de leur intérêt réel. Les utilisateurs enregistrés comme n'étant pas intéressés voient automatiquement moins de contenu politique que ceux pour lesquels les algorithmes ont supposé un intérêt¹⁵⁶. Le biais se manifeste par une sélection algorithmique différente des sujets et, par conséquent, par un contenu différent pour les utilisateurs, même s'ils ont des préférences identiques. Cette différenciation peut avoir des conséquences sur les débats autour de thèmes politiques actuels et la formation de l'opinion.

7.2.2 Distorsion due à la réactivité

Les algorithmes des moteurs de recherche et des plateformes de médias sociaux sont, entre autres, orientés sur le comportement des utilisateurs; ils sont réactifs. Dans le cas de la fonction de complétion automatique de Google, par exemple, l'algorithme suggère des ajouts à la requête d'une personne en fonction des requêtes similaires d'autres utilisateurs. La diversité s'en trouve parfois accrue car cette fonctionnalité peut rendre visibles des sujets et des points de vue qui tendent à être marginalisés par les médias traditionnels. Dans le même temps, sur la base de la même logique, les moteurs de recherche ou les médias sociaux donnent la priorité à certains contenus très demandés et donc populaires, mais qui sont inexacts sur le plan factuel, voire manifestement faux. Avec ce fonctionnement algorithmique, des positions pourtant invalidées et des contenus discriminatoires peuvent avoir une grande visibilité.

Bettina Wulff, épouse de l'ancien président allemand Christian Wulff, est une victime notoire de la logique de complétion de Google. Pendant des années, son nom a été complété par le moteur de recherche avec les termes "escorte" et "prostituée", ce qui a entraîné un "cycle d'attention négative"¹⁵⁷. Bettina Wulff a intenté une action en justice contre la société américaine, qui a répondu succinctement que "tous les termes affichés dans la saisie automatique avaient été préalablement saisis par les utilisateurs de Google" - et non par le moteur de recherche lui-même. Les rumeurs concernant Bettina Wulff avaient été lancées quelques années plus tôt par des adversaires de Christian Wulff au sein de la CDU et s'étaient ensuite propagées via des portails internet et des blogs, sans que leur véracité soit vérifiée¹⁵⁸. Google a repris ces rumeurs et la fonction de complétion automatique du moteur de recherche les a encore amplifiées davantage.

7.2.3 Distorsion dans le tri des contenus

La distorsion dans le tri des contenus pose notamment problème lorsqu'il s'agit de questions qui font l'objet d'un consensus mais pour lesquelles les algorithmes de tri donnent l'impression que le débat n'est pas encore tranché. Par exemple, le site néonazi Stormfront, sur lequel des internautes nient l'Holocauste, a longtemps figuré parmi les résultats Google les plus pertinents lors de recherches d'informations sur l'Holocauste. Google s'est certes préoccupé de l'affaire, mais a maintenu la classification des résultats: "Nous sommes attristés de voir que les organisations haineuses existent toujours. Le fait que des sites haineux apparaissent dans les résultats de recherche ne signifie pas que Google approuve ces opinions"¹⁵⁹. La politique publicitaire des plateformes numériques joue également un rôle à cet égard. Ainsi, les partisans de positions invalidées peuvent acheter de l'espace publicitaire autour de mots clés spécifiques sur des moteurs de recherche comme Google afin de diffuser leurs points de vue. Le site internet climato-sceptique DefyCCC, par exemple, a placé une publicité niant le changement climatique bien en vue au-dessus des résultats de recherche de

¹⁵⁵ Vincent, Google 'fixed' its racist algorithm by removing gorillas from its image-labeling tech, <https://www.theverge.com/2018/1/12/16882408/google-racist-gorillas-photo-recognition-algorithm-ai>.

¹⁵⁶ Thorson *et al.*, Information, Communication & Society 36 (2019), 1.

¹⁵⁷ Trenkamp, Bettina Wulff gegen Google, <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/bettina-wulff-klagt-gegen-google-a-854710.html>.

¹⁵⁸ Lichtenberg, Bettina Wulffs Kampf gegen Google, <https://www.dw.com/de/bettina-wulffs-kampf-gegen-google/a-16228900>.

¹⁵⁹ Cadwalladr, The Observer du 17.12.2016.

Intermédiaires et plateformes de communication

Google. En faisant une recherche sur le "réchauffement climatique", plusieurs utilisateurs ont été confrontés à une fausse information selon laquelle pas un seul scientifique américain éminent n'était d'accord avec le programme des Nations Unies sur le réchauffement climatique ("*Not a single distinguished US scientist agreed with the UN global warming agenda*"), ce qui est manifestement faux¹⁶⁰. De plus, comme la plupart des utilisateurs font généralement confiance aux résultats des requêtes et sélectionnent les occurrences les mieux classées, il peut en résulter des conséquences néfastes pour la formation de l'opinion¹⁶¹.

Dans ce contexte, on estime que l'effet de l'optimisation des moteurs de recherche est encore plus important que celui de la publicité. Ce terme désigne des stratégies qui améliorent le positionnement d'un site internet pour les algorithmes d'un moteur de recherche et augmentent sa visibilité dans les requêtes des utilisateurs de manière à ce qu'il apparaisse le plus possible dans la liste des résultats. Ces stratégies sont utilisées, entre autres, par des acteurs qui veulent améliorer la visibilité de positions discréditées, ainsi que, de manière générale, par des sites internet qui diffusent des "junk news"¹⁶², à savoir des informations dans un style sensationnel, composées principalement de contributions triviales et de curiosités. Si dans le premier cas, les motivations sont généralement politiques, dans le second, elles sont plutôt économiques, puisque les sites internet peuvent convertir l'augmentation du trafic de données en revenus publicitaires plus élevés. Un épisode de la campagne présidentielle américaine de 2016 montre à quoi peuvent mener ces incitations économiques à l'optimisation des moteurs de recherche: un groupe de jeunes de la petite ville macédonienne de Veles a créé plus d'une centaine de sites internet qui publiaient des articles outranciers sur Donald Trump et la campagne électorale¹⁶³. Le contenu était pour la plupart copié sur des sites de la droite radicale américaine et enrichi de contributions propres afin de générer des clics depuis les États-Unis et donc des recettes publicitaires¹⁶⁴. Les logiques algorithmiques - et les modèles économiques - de Google et de Facebook en particulier se sont révélées être lucratives. Les jeunes Macédoniens ont engrangé plusieurs milliers de dollars de revenus par mois, dans une région où le salaire mensuel moyen est d'un peu plus de 370 dollars¹⁶⁵.

Cet épisode de la campagne électorale américaine de 2016 est emblématique d'une industrie des "fake news" désormais établie et dynamique¹⁶⁶. Son existence témoigne qu'il est possible de générer des profits avec de fausses informations sur des questions politiques actuelles qui génèrent des taux de clics élevés et donc des recettes publicitaires. Dans le contexte actuel de la pandémie de Covid-19, un rapport de l'Oxford Internet Institute montre que les sites de "junk news" savent particulièrement bien se vendre, qu'ils dépendent principalement de Google Ads comme source de revenus et que leur contenu est parfois même rediffusé involontairement par des médias de qualité¹⁶⁷.

7.2.4 Qualité algorithmique et responsabilité

Les mécanismes de sélection algorithmique peuvent, par leurs modes de fonctionnement et leurs logiques, contribuer à perpétuer des préjugés, à normaliser la discrimination et à donner du crédit à de la désinformation et à des opinions invalidées en les mettant sur un pied d'égalité avec des positions avérées. Autre problématique dans ce contexte: la qualité parfois insuffisante de la base de données, des systèmes de prise de décision et des résultats. Les plateformes numériques sont bien conscientes de la responsabilité sociale des systèmes algorithmiques et cherchent à prendre des dispositions en adaptant les algorithmes. Reste que ces interventions se font généralement en réponse à des incidents ou des scandales et que, du point de vue de l'utilisateur, elles tendent à rendre le

¹⁶⁰ Tabuchi, New York Times du 29.12.2017.

¹⁶¹ Unkel/Haas, Journal of the Association for Information Science and Technology 68 (2017), 1850.

¹⁶² Bradshaw, Internet Policy Review 8 (2019), 1.

¹⁶³ Matejčić, À Vélès, à la rencontre des fabricants de fausses nouvelles.

¹⁶⁴ Oxenham, "I was a Macedonian fake news writer", <https://www.bbc.com/future/article/20190528-i-was-a-macedonian-fake-news-writer>.

¹⁶⁵ Alter, Can we save our democracies from hackers.

¹⁶⁶ Hughes/Waismel-Manor, PS: Political Science & Politics 54 (2021), 19.

¹⁶⁷ Taylor et al., Follow the Money: How the Online Advertising Ecosystem Funds COVID-19 Junk News and Disinformation.

Intermédiaires et plateformes de communication

fonctionnement des algorithmes encore plus opaque¹⁶⁸. Le fonctionnement exact des algorithmes reste sur toutes les plateformes un secret bien gardé.

Les algorithmes des plateformes numériques sont destinés à prendre des décisions sur mesure et personnalisées pour les utilisateurs. Paradoxalement, la complexité des décisions algorithmiques et le manque de transparence qui en résulte (voir également le chapitre 7.3 ci-dessous) tendent à nuire à l'autonomie de ceux-ci. Les décisions sont de moins en moins prises par l'individu et de plus en plus pour lui. Le contenu est certes personnalisé et individualisé, mais l'autonomie individuelle diminue en conséquence.

Dans le débat scientifique, le terme "société de la boîte noire"¹⁶⁹ est utilisé pour décrire la position de force des plateformes et de leurs algorithmes et leur rôle de filtres. Certes, faute de connaissances spécialisées nécessaires pour mieux comprendre les systèmes de décision automatisés, la plupart des gens ne sauraient que faire de la publication de la programmation des algorithmes (code source). Toutefois, si les algorithmes étaient accessibles à des experts indépendants, ceux-ci pourraient jouer un rôle important d'intermédiaires entre les plateformes et les utilisateurs. Diverses approches ont récemment été discutées, qui ne demandent pas une transparence totale, mais qui visent à établir des normes de qualité pour les données de base sous-jacentes, ainsi qu'un contrôle qualité qui porterait, par exemple, sur le mode de fonctionnement des algorithmes utilisés par les moteurs de recherche afin de les rendre plus résistants aux distorsions ("audit d'algorithme")¹⁷⁰.

7.3 Manque de transparence

Pour une formation démocratique de l'opinion et de la volonté, il est essentiel que les utilisateurs puissent évaluer correctement la fiabilité de l'information. Il s'agit notamment de veiller à ce que la publicité soit signalée comme telle (chapitre 7.3.1) et à ce que les utilisateurs sachent s'ils communiquent avec d'autres utilisateurs humains ou avec des bots (chapitre 7.3.2). Pour la recherche et la politique suisses, la base de données en grande partie inaccessible et l'absence de comptes rendus de la part des intermédiaires sont également problématiques (chapitre 7.3.3).

7.3.1 Manque de transparence concernant la publicité commerciale et politique

Le modèle économique classique des médias journalistiques est basé, d'une part, sur les revenus des abonnements et, d'autre part, sur la vente de l'attention de leurs utilisateurs à des tiers (annonceurs). Ce modèle est également celui de nombreux intermédiaires. Cependant, les données des intermédiaires permettent une définition beaucoup plus précise des différents groupes cibles que les médias traditionnels. Alors que dans le domaine économique, ce "micro ciblage" a pour objet des produits et des services, la publicité politique vise à influencer l'opinion des citoyens. Si un contenu payant n'est pas indiqué comme tel, les utilisateurs ne disposent pas de la base essentielle pour évaluer s'ils veulent ou non faire confiance à ce contenu.

Chez les intermédiaires, certaines publicités commerciales et politiques apparaissent parfois sous forme de "dark ads". Celles-ci ne sont pas visibles par tous les utilisateurs, mais seulement en privé dans le fil d'actualité d'utilisateurs dont les caractéristiques de personnalité correspondent exactement au profil de la campagne. En tant que publicité politique ciblée, ces dark ads se concentrent souvent sur des sujets polarisants pour le groupe ciblé et ont une plus forte influence à un niveau individuel que des formes de publicité plus générales¹⁷¹. Cette pratique revient à priver l'électorat d'une base commune de discussion et à l'isoler dans des espaces thématiquement segmentés¹⁷². D'où le risque de voir apparaître des campagnes électorales axées sur des groupes cibles spécifiques, qui

¹⁶⁸ Barrett/Kreiss, Internet Policy Review 8 (2019), 1.

¹⁶⁹ Pasquale, The black box society.

¹⁷⁰ Zou/Schiebinger, Nature 559 (2018), 324; Chander, Mich. L. Rev. 115 (2016), 1023; Robertson/D. Lazer/Wilson, Auditing the Personalization and Composition of Politically-Related Search Engine Results Pages, 955; Sandvig et al., International Journal of Communication 10 (2016), 19; Mittelstadt, International Journal of Communication 10 (2016), 12.

¹⁷¹ Zarouali et al., Communication Research 2020, 009365022096196.

¹⁷² Ribeiro et al., On Microtargeting Socially Divisive Ads, 140.

Intermédiaires et plateformes de communication

n'adressent qu'à certaines parties de l'électorat un contenu et des positions spécifiques et donc empêchent le débat sur des questions communes.

En fonction de la réglementation nationale existante, ces possibilités de publicité politique sont à la disposition de tous les acteurs intéressés - y compris étrangers -, comme l'ont démontré, par exemple, les activités de l'agence russe Internet Research Agency pendant la campagne électorale présidentielle américaine de 2016¹⁷³.

7.3.2 Manque de transparence de la communication automatisée: bots et propagande

Les bots sont des programmes informatiques qui exécutent des tâches répétitives largement automatisées. Dans le domaine de la communication, par exemple, ils sont programmés pour participer à des discussions et pour répondre automatiquement à certaines saisies. Les bots sociaux agissent souvent en réseau, sont partiellement contrôlés par l'homme et sont utilisés, entre autres, dans le but de diffuser à large échelle certains messages, notamment politiques. A cette fin, ils ciblent souvent des utilisateurs ayant de nombreux contacts et qui feront office de multiplicateurs pour diffuser l'information. Il convient de porter un regard critique sur cette pratique, en particulier lorsque les bots sont utilisés pour diffuser de fausses informations ou un discours haineux¹⁷⁴.

Jusqu'à présent, l'activité et l'effet des bots ont été étudiés principalement dans le contexte de la propagande menée pendant des campagnes électorales et des votations¹⁷⁵. Pendant la campagne menée en vue du référendum sur le maintien du Royaume-Uni dans l'UE, par exemple, une faible proportion de bots sociaux a généré une grande partie du contenu diffusé sur Twitter, dont la majorité était favorable au Brexit¹⁷⁶. Des schémas de communication similaires ont été observés pendant la campagne présidentielle américaine en 2016¹⁷⁷.

Les bots sociaux peuvent avoir un effet problématique qui dépasse la diffusion de la désinformation. Si des utilisateurs d'Instagram, YouTube, Facebook ou Twitter, par exemple, sont confrontés à une supposée opinion majoritaire, suggérée par l'activité des bots et qui contredit leur propre position, ils ont tendance à s'autocensurer et à se retirer du débat public¹⁷⁸. Cette dynamique éprouvée peut conduire à ce que les positions majoritaires paraissent moins importantes et les positions minoritaires plus importantes qu'elles ne le sont en réalité, et à ce que la désinformation ne soit pas contestée¹⁷⁹. Les principales conséquences des bots sociaux peuvent donc, dans certaines circonstances, se traduire autrement que par des effets directs sur la formation de l'opinion. L'utilisation de ces programmes semble plutôt avoir une influence indirecte sur la structure du débat public et sur la perception de l'opinion publique.

Pour la Suisse, un certain degré d'activité automatisée sur Twitter a pu être démontré dans le cadre de la campagne sur l'initiative "No Billag", en particulier dans le spectre politique de droite, bien que les bots sociaux aient joué un rôle mineur sur l'ensemble des réseaux numériques¹⁸⁰. En outre, la quasi-totalité des activités des bots provenaient de comptes allemands, alors que les messages sur les comptes suisses étaient rédigés par des personnes réelles. On peut supposer que la Suisse connaît actuellement une automatisation ou une semi-automatisation assez faible de la communication publique.

¹⁷³ Howard *et al.*, The IRA, social media and political polarization in the United States, 2012-2018, Y. Mie Kim *et al.*, Political Communication 35 (2018), 515.

¹⁷⁴ Shao *et al.*, Nat Commun 9 (2018), 4787.

¹⁷⁵ Ferrara *et al.*, Commun. ACM 59 (2016), 96.

¹⁷⁶ Howard/Kollanyi, Available at SSRN 2798311 2016.

¹⁷⁷ Shao *et al.*, Nat Commun 9 (2018), 4787.

¹⁷⁸ Gearhart/Zhang, Social Science Computer Review 32 (2014), 18.

¹⁷⁹ Chen, New Media & Society 20 (2018), 3917; Hampton *et al.*, Social media and the 'spiral of silence'.

¹⁸⁰ Rauchfleisch/Vogler, #NoBillag auf Twitter: Grabenkämpfe zwischen Gegnern und Befürwortern.

Intermédiaires et plateformes de communication

7.3.3 Accès insuffisant aux données: conséquences pour la recherche et la politique

S'agissant des effets des plateformes sur la communication publique, il convient de faire la distinction entre les potentiels (opportunités et risques) et les effets réellement observés. L'état de la recherche empirique est ambivalent, en partie aussi parce que les approches et les conditions de recherche diffèrent selon les pays¹⁸¹. Par ailleurs, certains phénomènes sont étudiés de manière incomplète, notamment parce que de nombreux intermédiaires ont rendu leurs plateformes pratiquement inaccessibles¹⁸² à la recherche et ne publient eux-mêmes aucun rapport sur les phénomènes problématiques (p. ex. discours haineux et désinformation) et sur la manière dont ils les traitent, du moins pas spécifiquement pour la Suisse. Il est vraisemblable que l'ampleur réelle des effets néfastes pour le public reste largement méconnue.

Ce manque de transparence ne découle pas de l'architecture des plateformes numériques. Il résulte plutôt de la politique d'entreprise des grands groupes technologiques – avec toutes les conséquences que cela implique. Les performances des médias journalistiques traditionnels (portée, sélection du contenu, position éditoriale) peuvent être mesurées et évaluées par la société, mais pas celles des intermédiaires. De ce fait, une part de plus en plus importante de la communication publique qui a lieu sur les plateformes échappe au débat public et donc, en fin de compte, aussi à l'autodétermination démocratique de la Suisse.

8 Répercussions négatives sur le journalisme

Principaux éléments

- Les plateformes numériques élargissent et transforment la communication publique traditionnelle en un système de médias hybride, dans lequel des informations provenant d'une grande variété de sources sont diffusées côte à côte, sans distinction (p. ex., des informations produites selon des normes journalistiques, des opinions d'utilisateurs et de fausses informations diffusées par des organes de propagande).
- Les médias perdent des recettes publicitaires et de l'audience au profit des intermédiaires.
- Les entreprises de médias procèdent à des adaptations afin d'être mieux perçues dans la "nouvelle sphère publique". Parfois, la qualité de l'information s'en ressent.

Les plateformes ont des effets négatifs directs sur leurs utilisateurs et sur la communication publique, mais aussi sur les médias journalistiques, et donc indirectement sur l'opinion publique et la société (voir chapitres 5 à 7). Les nouveaux intermédiaires ne représentent pas seulement un canal de communication de plus, à côté de la presse écrite, de la radio et de la télévision; ils élargissent et modifient les formes de communication. Entre autres choses, ils diffusent les contenus des médias traditionnels via leurs plateformes, créant ainsi un nouveau système hybride qui intègre les anciens et les nouveaux médias¹⁸³. Les médias traditionnels jusqu'ici dominants, au premier rang desquels la presse écrite, en subissent des conséquences multiples et drastiques: ils perdent le monopole de leur fonction de filtre ainsi qu'une grande partie de leurs revenus publicitaires et de leur lectorat, de moins en moins disposé à payer pour des contenus de médias et qui ont de moins en moins confiance dans ces contenus¹⁸⁴. Depuis l'avènement de l'internet, et plus encore depuis l'essor des plateformes numériques, les médias traditionnels sont pris dans une spirale descendante. Cette tendance est mondiale et pose des défis majeurs à la branche.

¹⁸¹ Le système politique présidentiel sans radiodiffusion publique forte aux Etats-Unis, par exemple, est fondamentalement différent des démocraties parlementaires d'Europe avec leur radiodiffusion publique forte. (*Lijphart, Patterns of democracy: Government forms and performance in thirty-six countries; Hallin/Mancini, Comparing media systems: Three models of media and politics*).

¹⁸² *Freelon, Political Communication 35 (2018)*, 665 Twitter fait exception: la plupart des études menées en Suisse aussi se limitent donc à cette plateforme, qui est toutefois considérée comme une "plateforme d'élite" et ne peut en aucun cas être représentative de toutes les plateformes.

¹⁸³ *Chadwick, The Hybrid Media System: Power and Politics*.

¹⁸⁴ *Häussler, Information, Communication & Society 2019*, 1.

Intermédiaires et plateformes de communication

8.1 Une concurrence accrue pour capter l'attention, avec des conséquences potentiellement négatives sur la qualité du journalisme

Pendant longtemps, les médias traditionnels ont déterminé à quels thèmes, à quels acteurs, à quelles positions et à quels arguments ils donnaient une visibilité publique. A travers ce pouvoir de sélection¹⁸⁵, ils sont devenus les filtres de la sphère publique: quiconque voulait faire connaître ses préoccupations était nécessairement soumis à leurs critères de sélection. En d'autres termes, toute personne qui ne faisait pas l'objet d'une couverture par les médias n'existait pas pour le public ("*if you don't exist in the media, you don't exist politically*")¹⁸⁶. Avec la révolution numérique, et plus encore avec l'émergence des plateformes numériques, cette situation est en train de changer fondamentalement. Ce qui, du point de vue de la transformation numérique, peut être compris comme une démocratisation (voir chapitre 3) a durablement affaibli la position des médias. D'une part, avec la numérisation de la sphère publique d'autres acteurs apparaissent à côté des médias traditionnels en tant que nouvelles instances de production et de sélection. Les acteurs politiques, les ONG, les blogueurs, etc. peuvent s'adresser directement à leur public sans passer par les médias, brisant ainsi leur monopole de sélection. D'autre part, les utilisateurs des plateformes numériques diffusent également des contenus journalistiques en plus de leurs propres contributions. Les consommateurs de médias deviennent eux-mêmes des "filtres secondaires", leurs "likes" et leurs "partages" dans les médias sociaux déterminent comment et dans quelle ampleur des contenus journalistiques sont diffusés, ainsi que la réputation d'une contribution et d'une organisation de médias¹⁸⁷.

Entre autres compte tenu de l'utilisation croissante des plateformes, les organisations de médias sont incitées à y diffuser également leur contenu, se rendant ainsi dépendantes de ces canaux et de leurs algorithmes. Elles peuvent en subir des conséquences négatives, surtout si les algorithmes sont modifiés. Lorsque Facebook, par exemple, a modifié expérimentalement son algorithme en 2017 pour afficher séparément les publications des utilisateurs individuels et celles provenant de "pages" spécifiques – y compris d'organisation de médias –, le nombre de visites sur des sites de médias externes a chuté jusqu'à 75%¹⁸⁸.

Avec les plateformes de médias sociaux telles que Facebook, les offres des médias traditionnels ne peuvent plus être distribuées dans leur ensemble comme un journal. Chaque contribution dans le "fil d'actualité" des utilisateurs est en concurrence pour attirer l'attention. Cette attention peut également être mesurée pour chaque message individuel. Par conséquent, les taux de clics, les "likes" et les "retweets" peuvent influencer la forme et le contenu des contributions journalistiques, car ils incitent à un journalisme de "piège à clics" (*clickbait*), c'est-à-dire à la production d'informations destinées à attirer l'attention par leur présentation et leur contenu, et donc à augmenter le nombre de clics¹⁸⁹.

Certes, il n'a pas été établi clairement que cette logique basée sur la réaction des utilisateurs a entraîné une réduction de la qualité de l'information politique¹⁹⁰. Pour la Suisse, cependant, on observe que certaines entreprises de médias diffusent de plus en plus de "soft news" et de contenus à forte charge émotionnelle sur des plateformes comme Facebook¹⁹¹. De même, lorsqu'ils publient des contenus provocateurs et sensationnels, c'est sur les médias sociaux que les acteurs politiques suisses reçoivent le plus de réactions¹⁹². Les sujets socialement et politiquement pertinents risquent donc de plus en plus de faire les frais de l'économie de l'attention. En d'autres termes, l'information pourrait se concentrer de plus en plus sur les sujets qui déclenchent une réaction importante sur les plateformes et pas nécessairement sur ceux qui revêtent une importance sociale.

¹⁸⁵ Habermas, Faktizität und Geltung.

¹⁸⁶ Wolfsfeld, Making sense of media and politics: Five principles in political communication.

¹⁸⁷ Wallace, Digital Journalism 6 (2018), 274.

¹⁸⁸ Munger, Political Communication 37 (2020), 376.

¹⁸⁹ Munger, Political Communication 37 (2020), 376.

¹⁹⁰ Van Aelst et al., Annals of the International Communication Association 41 (2017), 3.

¹⁹¹ Hauser/Häuptli, 37965369 2017; Lischka, Journalism 2018, 1464884918788472.

¹⁹² Blassnig et al., 11386098 2020; Engesser et al., Information, Communication & Society 20 (2017), 1109.

Intermédiaires et plateformes de communication

8.2 Baisse de la confiance dans les informations

La logique du "piège à clics" est également utilisée par les médias d'information alternatifs¹⁹³, qui se situent souvent en marge de l'échiquier politique et qui, par exemple aux Etats-Unis, se sont imposés comme des concurrents sérieux des fournisseurs de services journalistiques traditionnels. Des organisations telles que Breitbart News, principalement axées sur des articles racoleurs et des théories du complot, contribuent largement à la diffusion de fausses informations (voir chapitre 6.2.3), ce qui n'est pas sans conséquences pour les utilisateurs des plateformes numériques qui voient apparaître de manière indifférenciée dans leur fil d'actualité des contributions consacrées à des sujets les plus hétéroclites et présentant des niveaux de qualité très variés.

Les utilisateurs des plateformes de médias sociaux ont manifestement pris conscience qu'ils sont confrontés à des contenus problématiques et parfois illégaux sur ces plateformes. Ils ne sont que 19% à faire confiance aux informations qu'ils reçoivent via les médias sociaux et 29% à celles transmises par les moteurs de recherche, contre 44% aux informations journalistiques¹⁹⁴. Cette situation est d'autant plus problématique que l'accès aux informations via des plateformes intermédiaires est en constante augmentation. Dans une vaste étude comparative annuelle, le Reuters Institute Digital News Report montre que dans tous les pays étudiés - et également en Suisse - montre que seuls 25% des utilisateurs (16% chez les garçons) accèdent directement à des sites d'information, contre 72% qui accèdent indirectement à des contenus de médias via des plateformes, une tendance à la hausse¹⁹⁵.

8.3 Baisse de l'utilisation des médias et des recettes publicitaires

Dans ce contexte, se pose également la question de savoir qui consomme des offres d'information et qui ne le fait pas. Les recherches menées en Suisse suggèrent que les nouveaux intermédiaires ont une influence sur le comportement du public. En 2021, pour la première fois, les informations en ligne ont été plus fréquemment utilisées en Suisse comme principale source d'informations que les offres de médias traditionnels¹⁹⁶. La part des personnes qui ne consomment pratiquement pas d'informations journalistiques est passée de 21% à 36% entre 2009 et 2019. Au cours de la même période, l'importance des plateformes a fortement augmenté, et ces dernières représentent la source d'information la plus importante pour cette catégorie de public¹⁹⁷. Les intermédiaires induisent aussi un changement de comportement dans d'autres groupes de public. L'accès aux offres journalistiques par le truchement des plateformes est non seulement plus fréquent, il entraîne également une réduction du temps passé sur les différentes pages et une diminution de la consommation globale d'informations.

Enfin, les changements économiques qui découlent de l'émergence des plateformes sont graves pour les entreprises de médias. L'évaluation systématique des traces numériques que les utilisateurs laissent derrière eux sur les plateformes permet aux intermédiaires de cerner et d'atteindre les publics cibles plus précisément que les médias journalistiques. En conséquence, ces derniers perdent une partie de leur lectorat et subissent de fortes baisses des recettes publicitaires¹⁹⁸. En 2007, le chiffre d'affaires publicitaire des journaux suisses était de 1.76 milliard de francs¹⁹⁹. Depuis, il n'a cessé de diminuer pour n'atteindre plus que 432 millions en 2020, soit une baisse de 75%.

¹⁹³ *Schwaiger*, *Gegen die Öffentlichkeit. Alternative Nachrichtenmedien im deutschsprachigen Raum.*

¹⁹⁴ *N. Newman et al.*, *Digital news report 2020*, 83.

¹⁹⁵ *N. Newman et al.*, *Digital news report 2020*, 11.

¹⁹⁶ *Siegen/Schneider*, *Mediennutzung*, 107, 111).

¹⁹⁷ *Schneider/Eisenegger*, *Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera.*

¹⁹⁸ *Hanitzsch/van Dalen/Steindl*, *The International Journal of Press/Politics* 23 (2018), 3; *McChesney/Pickard*, *Will the last reporter please turn out the lights: The collapse of journalism and what can be done to fix it.*

¹⁹⁹ *Stiftung Werbestatistik Schweiz*, *Werbeaufwand Schweiz.*

Intermédiaires et plateformes de communication

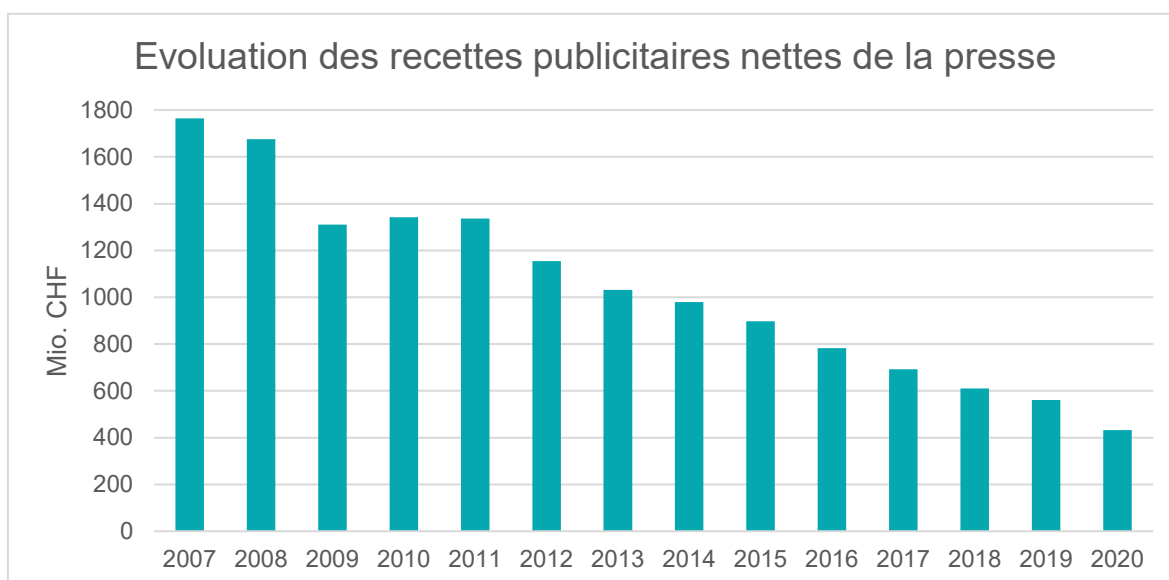


Illustration 4: Evolution des recettes publicitaires nettes de la presse quotidienne, régionale, hebdomadaire et dominicale en millions de francs. Source: Fondation Statistique Suisse en Publicité, Dépenses publicitaires suisses 2008-2021.

Dans une certaine mesure, les éditeurs tentent de compenser ces pertes par la publicité en ligne. En Suisse, selon les estimations, 70% des recettes publicitaires sont générées sur Google, Facebook et Instagram et ne vont donc pas aux éditeurs, mais aux intermédiaires et à l'étranger²⁰⁰. En outre, la disposition à payer pour des offres d'information en ligne est notoirement très faible, même si elle a augmenté. En 2021, seuls 17% des personnes interrogées en Suisse sont prêtes à mettre la main au porte-monnaie pour de type d'offres, ce qui correspond à une augmentation de 4% par rapport à l'année précédente et s'explique notamment par la couverture de la pandémie de coronavirus. Reste que la baisse des recettes publicitaires est loin d'être compensée²⁰¹.

En termes de sphère publique numérique, la baisse des recettes publicitaires des médias et le manque de disponibilité à payer de la part du public pourraient devenir un problème de société, en particulier si la diversité et la qualité de l'information journalistique diminuent en raison des déficits de financement des entreprises de médias. En particulier, les médias couvrent un nombre toujours plus restreint de thèmes et de zones géographiques²⁰².

²⁰⁰ *Handelszeitung*, Schweizer Online-Werbung fließt zu Google und Co.

²⁰¹ L'érosion des revenus des entreprises de médias et les possibilités d'action législative sont traitées, entre autres, dans le rapport du Conseil fédéral en réponse au du postulat 19.3421, Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil des Etats (CSEC-E) du 29 avril "Révision de la loi sur le droit d'auteur. Examen de l'efficacité".

²⁰² *Fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft*, Qualität der Medien Jahrbuch 2020, 121ss.

Intermédiaires et plateformes de communication

Partie B – Approches en vue d'une gouvernance des intermédiaires

L'importance croissante des intermédiaires et de leurs plateformes pour la communication publique a suscité d'intenses débats politiques en Europe, principalement sur la gouvernance des intermédiaires et sur les risques des nouvelles infrastructures de communication pour la sphère publique démocratique.

Globalement, la gouvernance peut être comprise comme "l'ensemble des formes de réglementation collective des faits sociaux: de l'autorégulation institutionnalisée civile en passant par diverses formes de coopération entre acteurs étatiques et privés jusqu'à l'action souveraine des acteurs étatiques²⁰³." L'élargissement de la perspective à d'autres acteurs et à d'autres formes de coordination est d'autant plus important que, dans le domaine des médias, l'Etat doit faire preuve de retenue en raison de l'importance de la sphère publique pour le bon fonctionnement de la démocratie. L'approche de la gouvernance repose sur le constat que les activités de réglementation traditionnelles des Etats-nations ne permettent pas d'encadrer suffisamment les nouveaux intermédiaires²⁰⁴.

Historiquement parlant, le débat sur les pratiques de gouvernance des intermédiaires remonte aux réactions suscitées par l'application de l'article de loi *Section 230 du Communications Decency Act* adopté aux Etats-Unis en 1996: La section 230 stipule que les plateformes ne peuvent pas être tenues responsables des contenus de leurs utilisateurs. Elle a été interprétée par les tribunaux américains de telle sorte que les exploitants de plateformes aux Etats-Unis ont les mains totalement libres dans le traitement des contenus: ils ne sont pas tenus responsables des contenus de leurs utilisateurs, ni des interventions injustifiées ou arbitraires dans les contenus de leurs utilisateurs²⁰⁵. La section 230 a ancré chez les intermédiaires domiciliés aux Etats-Unis une culture libérale du laisser-faire dont les conséquences se répercutent aussi en Europe et en Suisse. Dans la cadre de leur expansion mondiale, les entreprises de technologie américaines se basent en premier lieu sur des règles et des normes américaines.

Ces dernières années, la politique des Etats-Unis s'est de plus en plus penchée sur les conséquences négatives de l'interprétation extrêmement libérale de la gouvernance codifiée dans la Section 230. En 2018, le Congrès américain a adopté l'ajout "Fosta-Sesta" à la Section 230 permettant pour la première fois de tenir les plateformes responsables de la publication de contenus sur la traite d'êtres humains ou le trafic sexuel (*Sex Trafficking*)²⁰⁶. Actuellement, des discussions politiques et juridiques sur d'autres révisions de la Section 230 sont menées afin de lutter contre trois problèmes centraux: le discours haineux et les abus en ligne²⁰⁷; la diffusion de fausses informations et la désinformation²⁰⁸; la quasi-censure et la non-transparence²⁰⁹. Ces trois évolutions négatives, évoquées dans les chapitres précédents, sont donc aussi à l'origine du débat sur la gouvernance aux Etats-Unis.

Le fait qu'une révision de la Section 230 soit envisagée aux Etats-Unis montre que les trois potentiels négatifs du discours haineux, de la désinformation et de la non-transparence représentent de grands défis – si même le monde politique aux Etats-Unis est prêt à revoir la Section 230 libérale autrefois intouchable, le problème doit donc être sérieux. Les discussions menées aux Etats-Unis démontrent en outre qu'il existe un besoin urgent de définir actuellement des approches de gouvernance orientées vers l'avenir pour combattre efficacement les effets négatifs.

²⁰³ *Mayntz*, Governance-Forschung. Vergewisserung über Stand und Entwicklungslinien 2005, 11, 15.

²⁰⁴ *Katzenbach*, Die Regeln digitaler Kommunikation; *Puppis*, Communication, Culture & Critique 3 (2010), 134; *Donges/Puppis*, Kommunikations- und medienpolitische Perspektiven, 81.

²⁰⁵ *Edelman*, Wired 2021.

²⁰⁶ *Stream*, Quinnipiac Health Law Journal 23 (2020), 1, p. 1.

²⁰⁷ *Boatman*, The Kids Are Alt-Right: How Media and the Law Enable White Supremacist Groups to Recruit and Radicalize Emotionally Vulnerable Individuals; *Tungate*, Information & Communications Technology Law 23 (2014), 172; *Jaffe*, Boston University Journal of Science and Technology Law 26 (2020), 51.

²⁰⁸ *Hwang*, Dealing with Disinformation: Evaluating the Case for Amendment of Section 230 of the Communications Decency Act, 252, p. 252–85.

²⁰⁹ *Morar/Riley*, A guide for conceptualizing the debate over Section 230.

Intermédiaires et plateformes de communication

En Europe, le spectre des mesures prises ou envisagées dans le domaine de la gouvernance des nouveaux intermédiaires va de recommandations sans caractère contraignant jusqu'à l'adoption de lois nationales. Une importance particulière doit être accordée à la législation sur les services numériques (*Digital Services Act*), une proposition de loi élaborée par la Commission européenne qui doit devenir le nouvel acte juridique déterminant pour tous les pays de l'UE dans le domaine des services de la société de l'information.

Le cadre juridique suisse et européen pour la gouvernance des intermédiaires est présenté ci-après (chapitre 9), avec deux recommandations du Conseil de l'Europe. Les chapitres suivants reviennent sur les mesures prises contre le discours haineux (chapitre 10) et la désinformation (chapitre 11) et présentent les mesures envisageables, susceptibles d'améliorer le contrôle démocratique et la transparence des nouvelles infrastructures de communication (chapitre 12).

9 Cadre général pour une gouvernance des intermédiaires: différences entre l'Union européenne et la Suisse

Contrairement à la Suisse, l'Union européenne a déjà des dispositions spécifiques régissant la responsabilité civile et pénale des intermédiaires (directive sur le commerce électronique). Récemment, la Commission européenne a présenté une proposition de législation, la législation sur les services numériques, qui doit actualiser la directive sur le commerce électronique et qui prévoit toute une série de nouvelles obligations pour les intermédiaires. L'UE a aussi introduit, dans la directive sur les services de médias audiovisuels (directive SMA)²¹⁰, des dispositions régissant les plateformes de partage de vidéos comme YouTube. Le Conseil de l'Europe a également examiné l'influence des intermédiaires sur la société et publié des recommandations (chapitre 9.1). La Suisse, par contre, n'a pas de dispositions spécifiques régissant les intermédiaires (chapitre 9.2).

9.1 Dispositions de l'UE, jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme et recommandations du Conseil de l'Europe

9.1.1 Cadre légal de l'UE: directive sur le commerce électronique et législation sur les services numériques

Dans l'Union européenne, la directive sur le commerce électronique²¹¹ est le principal acte juridique régissant les services en ligne. Elle régit les compétences de la Commission et des Etats membres et définit le cadre dans lequel ces derniers peuvent intégrer les intermédiaires dans leurs législations nationales.

Vingt ans après l'entrée en vigueur de la directive, plusieurs articles ne paraissent plus actuels. Bâtie au cours des années, la jurisprudence offre une image juridique hétérogène et en partie contradictoire. La Commission européenne s'est donc attelée à une révision, notamment à une adaptation des droits et des obligations des intermédiaires, en se concentrant en particulier sur leur responsabilité sociale et démocratique. Le 15 décembre 2020, elle a présenté un projet de législation sur les services numériques²¹². Le projet vise à mieux déterminer les responsabilités des intermédiaires par le biais d'obligations de diligence.

9.1.1.1 Principales dispositions de la directive sur le commerce électronique

Deux dispositions essentielles de la directive sur le commerce électronique devraient être maintenues après l'entrée en vigueur de la future législation sur les services numériques: la responsabilité limitée des intermédiaires et l'interdiction d'une obligation générale de surveillance.

²¹⁰ Directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil de 10 mars 2010 visant la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle (directive sur les services de médias audiovisuels), JO L 95 du 15.4.2010, p. 1, modifiée en dernier lieu par la directive (UE) 2018/1808, JO L 303 du 28.11.2018, p. 69.

²¹¹ Directive (UE) 2000/31

²¹² *Commission européenne*, Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à un marché intérieur des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE.

Intermédiaires et plateformes de communication

En vertu de la disposition relative à la responsabilité limitée, les intermédiaires ne peuvent pas être tenus responsables des contenus mis à disposition par un utilisateur, aussi longtemps toutefois qu'ils n'ont pas connaissance d'activités ou d'informations illicites concrètes sur leur plateforme et pour autant qu'ils agissent promptement une fois en avoir eu connaissance. Cette responsabilité limitée concerne en premier lieu les demandes de dommages et intérêts, et non les actions en prévention ou en cessation de l'entrave, qui sont bien plus importantes dans la pratique et expressément réservées dans la directive sur le commerce électronique²¹³.

L'art. 15 de la directive interdit aux Etats membres de l'UE d'imposer aux intermédiaires une obligation générale de surveillance des contenus partagés sur leurs plateformes. Ceux-ci ne doivent pas non plus être contraints de rechercher activement et de manière étendue des contenus ou des informations illicites. En revanche, des Etats peuvent imposer une obligation de diligence aux intermédiaires "afin de détecter et d'empêcher certains types d'activités illicites"²¹⁴. Des obligations de surveillance spécifiques et ciblées sont admises dans des cas particuliers et conformément à la législation nationale²¹⁵.

Dès qu'un fournisseur de services est considéré comme conforme dans son pays d'origine pour le domaine réglementé, il est automatiquement reconnu comme tel dans tous les autres Etats membres de l'UE.

9.1.1.2 Législation sur les services numériques

La législation sur les services numériques (DSA)²¹⁶, actuellement à l'état de projet de la Commission européenne, fait partie d'une stratégie numérique globale de l'UE²¹⁷. Elle est conçue comme un règlement et aura une efficacité directe. Dans la mesure où elle touche aussi les intermédiaires, sa portée se limite à la lutte contre la diffusion de contenus illicites, à l'établissement de normes de procédure et à la transparence.

La législation sur les services numériques s'applique de manière générale aux "prestataires de services de la société de l'information"²¹⁸ et donc aussi aux fournisseurs de services intermédiaires. Sont notamment considérés comme tels les services d'hébergement, définis comme des services qui "consistent à stocker des informations fournies par un bénéficiaire du service à la demande de ce dernier"²¹⁹. La législation sur les services numériques considère comme plateforme en ligne, un "fournisseur de services d'hébergement qui, à la demande d'un bénéficiaire du service, stocke et diffuse au public des informations (...)"²²⁰.

La législation sur les services numériques prévoit que les services intermédiaires doivent:

- désigner un représentant légal dans un Etat membre. La personne désignée peut être tenue responsable des infractions commises par l'intermédiaire;

²¹³ Art. 14 de la directive sur le commerce électronique.

²¹⁴ Considérant 48 de la directive sur le commerce électronique

²¹⁵ Considérant 47 de la directive sur le commerce électronique.

²¹⁶ Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relatif à un marché intérieur des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE, COM(2020) 825 final.

²¹⁷ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age_fr. Les autres "axes" de cette stratégie numérique sont la législation sur les marchés numériques "Digital Markets Act" (EUR-Lex - 52020PC0842 - EN - EUR-Lex (europa.eu)), une stratégie pour les données (European data strategy | European Commission (europa.eu)) et une stratégie sur l'intelligence artificielle (Strategy for artificial intelligence | Shaping Europe's digital future (europa.eu)).

²¹⁸ Selon la directive (UE) 2015/1535 un "service de la société de l'information" est défini comme "service presté normalement contre rémunération, à distance par voie électronique et à la demande individuelle d'un destinataire de services"

²¹⁹ Art. 2f. législation sur les services numériques, voir aussi les deux autres types de services intermédiaires: les "services de simple transport" tels que les et les "services de mise en cache".

²²⁰ Art. 2 let. h législation sur les services numériques

Intermédiaires et plateformes de communication

- rédiger au moins une fois par année un rapport qui renseigne sur les modérations de contenus intervenues dans la période de référence²²¹.

Les plateformes en ligne doivent en outre:

- mettre un système de signalement à la disposition des utilisateurs. Les contenus signalés doivent être examinés rapidement et, cas échéant, supprimés;
- coopérer avec les autorités nationales et, sur leurs injonctions, agir contre un contenu illégal spécifique;
- justifier la décision de supprimer un contenu;
- prendre des mesures contre les utilisations abusives;
- introduire un système interne de réclamations et un système extrajudiciaire de règlement des litiges;
- introduire une procédure accélérée pour les "trusted flaggers", c'est-à-dire des utilisateurs privés, des autorités publiques ou des ONG qui signalent des contenus critiques aux plateformes²²²;
- se soumettre à une obligation de signalement aux autorités nationales en cas de soupçons d'infractions pénales contre la vie ou la sécurité de personnes;
- garantir la transparence de la publicité politique et commerciale. Les plateformes doivent veiller à ce que les utilisateurs puissent, pour chaque publicité individuelle, 1) se rendre compte que les informations affichées sont de la publicité, 2) identifier la personne physique ou morale au nom de laquelle la publicité est affichée, 3) obtenir des informations utiles sur les principaux paramètres appliqués pour déterminer les utilisateurs auxquels la publicité est présentée;
- Remplir d'autres obligations de transparence et de présenter des rapports.

Les exploitants des très grandes plateformes comptant plus de 45 millions d'utilisateurs actifs par mois dans l'UE doivent en outre:

- être contraints à des obligations plus étendues de présenter des rapports;
- introduire une évaluation des risques;
- se soumettre à des vérifications indépendantes;
- divulguer les principaux paramètres utilisés dans les systèmes de recommandation des plateformes et indiquer les options de modifications de ces paramètres;
- fournir aux autorités de régulation compétentes et, le cas échéant, aux chercheurs l'accès aux données nécessaires pour contrôler et évaluer le respect du règlement [de l'UE] et les risques systémiques;
- désigner un ou plusieurs responsables de la conformité;
- se soumettre à des obligations plus étendues en matière de transparence sur la publicité.

Les amendes prévues, en cas de sanctions, peuvent aller jusqu'à 6% du chiffre d'affaires annuel.

²²¹ Sont exemptés de cette obligation de fournir un rapport les petites et microentreprises. Une petite entreprise emploie moins de 50 personnes et a un chiffre d'affaires annuel ou bilan annuel inférieur à 10 millions d'Euros. Une microentreprise emploie moins de 10 personnes et a un chiffre d'affaires annuel ou bilan annuel inférieur à 2 millions d'Euros (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=FR>).

²²² Les plateformes connaissent différentes conditions et procédures sur la manière dont les personnes intéressées peuvent devenir des "trusted flagger". Celles-ci doivent parfois avoir des connaissances spécifiques dans un domaine (désinformation sur le covid-19); avant d'être admises, elles doivent aussi avoir déjà signalé de manière fiable des contenus critiques auparavant. Une formation sur les règles de communauté des plateformes est aussi nécessaire avant l'admission au programme.

Intermédiaires et plateformes de communication

Au sens de l'exonération de la responsabilité pour les intermédiaires, le nouveau règlement devrait au moins reprendre les dispositions de la directive sur le commerce électronique, indiquées ci-dessus (chapitre 9.1.1.1). Une nouvelles clause dite "du bon samaritain" est également prévue. Elle doit garantir que les services intermédiaires ne sont pas tenus responsables ni condamnables pour des mesures (ou des non-mesures) contre des contenus illicites prises en toute bonne foi.

Le champ d'application territorial est défini dorénavant en vertu d'un principe d'effet et de localisation du marché. Le règlement inclut aussi les fournisseurs de services qui déploient une influence dans un pays de l'UE (p. ex., dont les services sont largement utilisés par la population de ce pays) et non plus uniquement ceux qui ont un siège dans un pays de l'UE²²³.

Actuellement, la législation sur les services numériques s'inscrit dans le processus législatif régulier de l'UE et est traitée par le Parlement et le Conseil européens. Le texte subira probablement encore de nombreuses modifications, peut-être fondamentales. Dès lors, il ne faut pas s'attendre à ce que la législation sur les services numériques entre en vigueur avant 2023.

9.1.2 Directive sur les services de médias audiovisuels

La directive 2010/13/UE sur les services de médias audiovisuels (SMA) définit des normes européennes pour la télévision linéaire et les services vidéo non linéaires. Elle régit en premier lieu des formats de médias électroniques qui assument la responsabilité rédactionnelle de la composition et de la sélection des contenus.

Dans sa version révisée du 19 décembre 2018²²⁴, la directive SMA prévoit d'étendre le champ d'application aux plateformes de partage de vidéos et aux intermédiaires qui proposent principalement le téléchargement de vidéos (p. ex. YouTube)²²⁵.

La directive SMA prévoit un catalogue complet de mesures pour les fournisseurs de plateformes de partage de vidéos, tout en encourageant une corégulation pour la mise en œuvre des dispositions²²⁶. Comme pour la législation sur les services numériques, les mesures doivent être adaptées en fonction du potentiel de dommages des différents services et tenir compte de la taille de la plateforme.

La réglementation vise à protéger la société, spécialement les mineurs, contre des contenus audiovisuels qui incitent à la haine et à la violence ou dont la diffusion constitue une infraction. Elle vise aussi à améliorer l'application des règles existantes dans le domaine de la publicité (entre autres identification de la publicité, pas de mise en danger de la santé, respect de l'interdiction de la publicité pour le tabac, l'alcool et les produits thérapeutiques).

Les plateformes doivent entre autres:

- introduire des mécanismes conviviaux de notification, d'évaluation et de réclamation pour le signalement et le traitement de contenus préjudiciables;
- introduire des systèmes de vérification de l'âge et de contrôle parental;

²²³ Des dispositions correspondantes figurent dans le droit suisse, dans le domaine du droit pénal et de la protection de la personnalité. En vertu du principe d'effet, la nouvelle loi suisse sur la protection des données est aussi applicable pour ses dispositions de droit public (dont fait partie entre autres la surveillance de la protection des données par le PFPDT) aux entreprises étrangères lorsque le traitement des données déploie des effets en Suisse (art. 3, al. 1, nLPD). Pour le champ d'application territorial des dispositions de droit privé et de droit pénal De la loi sur la protection des données, les prétentions de droit sont régies par la loi fédérale sur le droit international privé (art. 3, al. 2, nLPD). Désormais, la loi prévoit que certaines entreprises étrangères qui traitent des données de personnes domiciliées en Suisse sont tenus de désigner un représentant en Suisse: voir art. 14 nLPD et *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, ch. 225. Des projets de loi récents vont aussi dans ce sens p. ex. la loi fédérale sur la protection des mineurs dans le secteur du film et du jeu vidéo, FF 2020 7999).

²²⁴ Directive (UE) 2018/1808.

²²⁵ Les plateformes de partage de vidéos qui répondent à cette définition sont p. ex. YouTube, Vimeo, Hulu ou Twitch. Les médias sociaux comme Facebook ne sont inclus dans cette définition que si une fonction essentielle du réseau social consiste à mettre à disposition des émissions et des vidéos réalisées par les utilisateurs. Il appartient aux Etats membres d'évaluer le critère de "fonction essentielle" au cas par cas (pour les critères correspondants, voir communiqué de la Commission 2020/C223/02).

²²⁶ Voir considérants 44 et 49 de la directive SMA

Intermédiaires et plateformes de communication

- définir des processus de recours extrajudiciaires impartiaux en cas de litiges entre les utilisateurs et les plateformes;
- prendre des mesures pour encourager l'éducation aux médias.

9.1.3 Cour européenne des droits de l'homme

Dans sa jurisprudence, qui est contraignante pour la Suisse, la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) s'est aussi penchée à plusieurs reprises sur la question de savoir dans quelle mesure les exploitants de plateformes peuvent, du point de vue des droits fondamentaux, être légalement tenus responsables pour des contenus de tiers.

Pour la CEDH, les éléments suivants sont particulièrement pertinents pour évaluer la proportionnalité de la responsabilité d'un fournisseur vis-à-vis de contenus de tiers: la proximité avec le contenu, la taille et le professionnalisme du fournisseur de services, la prévisibilité, l'évidence et la gravité de l'infraction (p. ex. appel à la violence), la pertinence des mesures prises (p. ex. établissement de règles de comportement et mise à disposition des utilisateurs de systèmes de signalement) et la durée de la non-suppression du contenu. Dans le cas d'un grand portail d'information professionnel hébergeant un forum de discussions, la CEDH a considéré que la responsabilité pour un contenu étranger, même sans connaissance du contenu en question, était proportionnelle (obligation de surveillance *ponctuelle*). Elle a notamment invoqué la très grande proximité avec le contenu (le portail pouvait exercer une influence sur la sélection des auteurs et des commentaires) ainsi que l'évidence et la prévisibilité de l'infraction²²⁷. Par contre, dans le cas d'un fournisseur de services distant du contenu – en l'occurrence Google en tant qu'exploitant de la plateforme blogger.com –, la CEDH a estimé que la responsabilité de l'intermédiaire pour des commentaires publiés sur la plateforme de blogs était disproportionnée, car l'atteinte à l'honneur était de moindre gravité et que Google avait pris les mesures appropriées ("notice-and-action", en introduisant une fonction de signalement des abus et en transmettant la notification au blogueur, qui a ensuite supprimé le message et les commentaires)²²⁸.

Inversement, la jurisprudence de la CEDH permet de conclure que moins l'intermédiaire prend de mesures contre la diffusion de contenus illicites, plus il peut être tenu responsable des contenus de tiers, et ce même s'il agit d'un intermédiaire distant du contenu. Par conséquent, les Etats peuvent exiger des intermédiaires, indépendamment de la proximité avec le contenu, qu'ils prennent des mesures appropriées, comme la mise en place d'un système de signalement et de vérification, en particulier si les intermédiaires en question présentent une certaine taille et un certain degré de professionnalisme. En ce qui concerne les droits fondamentaux des personnes concernées par l'atteinte, il convient de se demander si l'Etat ne devrait pas exiger que les intermédiaires prennent des mesures particulières afin d'assurer une protection suffisante des droits fondamentaux. Dans le même temps, la CEDH constate que toute obligation de surveillance ou de filtrage *systématiques* des contenus est disproportionnée et risque de pousser les intermédiaires à mettre en place un système de surveillance nuisible à la liberté d'expression²²⁹.

9.1.4 Conseil de l'Europe

Le Conseil de l'Europe a débattu à plusieurs reprises des effets des intermédiaires sur la société, en particulier sur les droits de l'homme et les libertés fondamentales, et a adopté plusieurs recommandations. Celles-ci n'ont certes pas de caractère contraignant pour les Etats membres. Néanmoins, dans sa jurisprudence, la CEDH se fonde de manière répétée sur certaines recommandations, leur conférant ainsi un certain poids.

²²⁷ Concernant le cas d'un grand portail d'informations exploitant un forum de discussions, CEDH, arrêt du 16.6.2015, n° 64569/09, Delfi AS g. Estland; CONSEIL FEDERAL, responsabilité civile, p. 69s.

²²⁸ Voir CEDH, arrêt du 2.2.2016, n° 22947/13, Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete and Index.hu Zrt v. Ungarn, chif. 82.

²²⁹ Voir CEDH, arrêt du 2.2.2016, n° 22947/13, Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete and Index.hu Zrt v. Ungarn, chif. 82.

Intermédiaires et plateformes de communication

Une récente recommandation du Comité des Ministres sur le rôle et les responsabilités des intermédiaires internet²³⁰ adresse une série d'exigences tant aux Etats membres qu'aux intermédiaires.

Les Etats membres sont appelés à garantir la protection et la promotion des droits de l'homme et des libertés fondamentales dans l'espace numérique. Le Conseil de l'Europe reconnaît ainsi explicitement que les Etats ont une obligation d'assurer le respect de la protection des libertés individuelles vis-à-vis des intermédiaires²³¹, si nécessaire en légiférant. Ils doivent notamment garantir (1) que la légalité et la proportionnalité sont préservées, (2) que la transparence et la prévisibilité sont assurées, (3) que des mesures sont prises pour protéger la liberté d'expression, et (4) que tous les acteurs ont accès à des voies de droit et à des processus de traitement efficaces.

De leur côté, les intermédiaires doivent, selon le Conseil de l'Europe, restreindre le moins possible la liberté d'expression et le flux d'informations (de manière automatisée ou non), n'imposer de telles restrictions que pour des raisons légitimes et définir des processus transparents et non discriminatoires. Enfin, le Conseil de l'Europe appelle les intermédiaires à publier régulièrement des rapports de transparence sur leurs interventions dans à la liberté d'expression et les flux d'informations.

9.2 Cadre juridique suisse

En Suisse, s'agissant du discours haineux et de la désinformation, il n'existe pas de réglementation légale spécifique ni de pratique juridique détaillée concernant la responsabilité des intermédiaires pour des contenus illicites diffusés sur leurs plateformes par des tiers. Il n'existe pas non plus de réglementation qui renforce les droits des utilisateurs vis-à-vis des intermédiaires ou qui oblige ces derniers à plus de transparence. Les activités des intermédiaires sont plutôt régies par des dispositions légales générales (protection de la personnalité, droit de la concurrence et droit sur la concurrence déloyale, droit de la protection des données, droit pénal, etc.). Jusqu'ici, la Suisse a renoncé à édicter une réglementation légale spécifique.

En ce qui concerne la responsabilité civile des fournisseurs de services vis-à-vis des contenus diffusés par des tiers, le Conseil fédéral est arrivé à la conclusion en 2015 qu'il n'était pratiquement pas possible de formuler une réglementation générale contraignante et abstraite compte tenu de la multiplicité des acteurs et des différentes constellations techniques en constante évolution, et qu'il était plus judicieux que les tribunaux procèdent à un examen au cas par cas sur la base de la réglementation générale existante²³². S'agissant des principes généraux de la responsabilité pénale et civile, la doctrine préconise une gradation des obligations de diligence en fonction de la proximité du fournisseur avec le contenu ou des possibilités d'influence rédactionnelle, tout en tenant compte des spécificités du cas d'espèce. Souvent une distinction est établie entre "les fournisseurs de services proches du contenu" (p. ex. les médias sociaux) et les "fournisseurs distants du contenu" (p. ex. les moteurs de recherche). Typiquement, les premiers sont responsables de l'architecture et de la conception des plateformes de communication, décident des possibilités d'interaction, mais aussi de la distribution des contenus. A travers les conditions d'utilisation, les exploitants peuvent définir quels contenus ou comportements sont indésirables ou interdits²³³. En tant qu'exploitants d'une infrastructure technique, les seconds se contentent de mettre à disposition des informations de manière automatisée et n'exercent aucune activité rédactionnelle, raison pour laquelle ils sont juridiquement comparés à des fournisseurs de services d'hébergement traditionnels, à savoir à des services qui mettent simplement à disposition des espaces de stockage sur l'internet²³⁴.

9.2.1 Responsabilité pénale des intermédiaires vis-à-vis des contenus de tiers

S'agissant de la responsabilité pénale des fournisseurs distants du contenu, comme les moteurs de recherche, le droit actuel ne contient aucune obligation générale d'intervenir sur la base d'indices

²³⁰ Recommandation du Comité des Ministres (Conseil de l'Europe, CM/REC(2018)2).

²³¹ Conseil de l'Europe (2018), considérant 6

²³² *Conseil fédéral suisse* la responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 19; *Zeller*, commentaire de l'art. 28 CP, N 103a.

²³³ *Conseil fédéral suisse*, la responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 19; *Zeller*, commentaire de l'art. 28 CP, N 103a.

²³⁴ *Conseil fédéral suisse*, la responsabilité civile des fournisseurs de services internet; *Zeller*, commentaire de l'art. 28 CP, N 103.

Intermédiaires et plateformes de communication

de l'existence d'une infraction (obligation de notification et d'action; *notice-and-action obligation*). Une telle obligation devrait s'appuyer sur des normes légales spécifiques²³⁵. Néanmoins, une responsabilité pénale peut être envisagée si le fournisseur n'intervient pas malgré une indication concrète (signalement) de l'existence d'une infraction, et qu'il s'agit d'une violation claire du droit (punissable de s'être rendu complice d'un crime ou d'un délit selon l'art. 25 CP)²³⁶.

La situation est moins claire pour les fournisseurs ayant une certaine proximité avec le contenu, comme les plateformes de médias sociaux qui, typiquement, répondent de l'architecture et de la conception de la plateforme de communication et décident des possibilités d'interaction et de diffusion des contenus. A travers les conditions d'utilisation ou les conditions générales, les exploitants peuvent définir quels contenus ou comportements sont indésirables ou interdits, même si des contenus peuvent aussi être souvent supprimés par la suite (contrôle ex-post). De tels services disposent d'un pouvoir de blocage élevé, comparable à celui d'un rédacteur. Une responsabilité pénale subsidiaire pour non-empêchement d'une publication punissable (art. 28, al. 2, et art. 322^{bis} CP), même sans indice concret ou obligation de surveillance sélective, ne serait pas exclue dans le cas d'espèce où une infraction semble probable au vu de circonstances particulières et que, de ce fait, elle aurait dû être anticipée par l'exploitant de la plateforme (p. ex. après des infractions graves et répétées du droit de la part de certains utilisateurs)²³⁷.

9.2.2 Responsabilité civile des intermédiaires vis-à-vis des contenus de tiers

Concernant la responsabilité civile des fournisseurs de services d'hébergement vis-à-vis des contenus de tiers, ceux-ci peuvent être considérés, en droit, comme participants à une atteinte à la personnalité pour avoir permis la publication du contenu incriminé. Une action visant à supprimer des contenus portant atteinte à la personnalité serait notamment envisageable (art. 28a CC). Comme l'action en cessation, contrairement à une action en réparation de dommages, ne requiert pas de faute, les intermédiaires peuvent être contraints, sans connaissance ni signalement préalable, de supprimer un contenu portant atteinte à la personnalité. Toutefois, en ordonnant les mesures, les tribunaux doivent tenir compte du principe de proportionnalité. L'atteinte à la personnalité doit donc pouvoir être éliminée avec des moyens raisonnables²³⁸.

Dans un premier arrêt sur la responsabilité d'un fournisseur de services proche du contenu (hébergeur de blogs, la Tribune de Genève), le Tribunal fédéral a conclu qu'un hébergeur de blogs peut être obligé de supprimer le contenu d'un blog, même s'il ne sait rien du contenu en question²³⁹. Dans son exposé des motifs, il s'appuie sur l'art. 28, al. 1, CC, selon lequel une action en justice peut être engagée contre toute personne qui participe à une atteinte à la personnalité. Par ailleurs, il appartient au législateur de corriger une éventuelle inadéquation dans l'application du droit en vigueur pour les hébergeurs de blogs et l'internet. L'arrêt a été critiqué par la doctrine. Les auteurs approuvent certes une action en suppression à l'encontre de la Tribune de Genève, mais reprochent au Tribunal fédéral de ne pas avoir envisagé de restrictions possibles et d'avoir reconnu la légitimation passive de tous les participants à une atteinte à la personnalité. Cet arrêt place les fournisseurs de services face à un dilemme. Pour éviter tout risque de procès, ils devraient contrôler tous les contenus publiés sur leur site, ce qui équivaldrait à une obligation de surveillance générale des contenus problématiques²⁴⁰.

Suite à cet arrêt (non publié dans le recueil officiel), le Conseil fédéral a examiné la responsabilité civile des fournisseurs de services dans un rapport publié en 2015 et rejeté une responsabilité limitée pour

²³⁵ Voir avec renvois vers des doctrines et opinions divergentes Zeller, commentaire de l'art. 28 CP, N 103; notamment l'obligation des fournisseurs de services de télécommunication inscrite à l'art. 86 de la loi fédérale sur le jeu d'argent (LJA, RS 935.51) de bloquer l'accès aux offres de jeux en ligne non autorisées en Suisse, figurant sur une liste de blocage.

²³⁶ Zeller, commentaire de l'art. 28 CP, N 102; Métille, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 74.

²³⁷ Zeller, commentaire de l'art. 28 CP, N 103a.

²³⁸ Conseil fédéral suisse, la responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 30s; Métille, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, ch. 96s.

²³⁹ TF, arrêt du 14.1.2013, 5A_792/2011 (Arrêt Tribune de Genève)

²⁴⁰ Voir rapport du Conseil fédéral "La responsabilité civile des fournisseurs de services internet" du 11 décembre 2015, chap. 3.2.2 renvoi note 88 vers Kernén, Jusletter du 4.3.2013, n° 19 s

Intermédiaires et plateformes de communication

certaines catégories de fournisseurs de services²⁴¹. Il estime qu'il n'est pratiquement pas possible de formuler une réglementation générale contraignante et abstraite compte tenu de la multiplicité des acteurs et des différentes constellations techniques en constante évolution. Selon le droit en vigueur, les tribunaux disposent déjà des instruments nécessaires leur permettant de restreindre le cercle des responsables correspondant à ce qui est souhaitable²⁴². Le Tribunal fédéral a suivi ce point de vue dans un récent arrêt de principe sur le droit d'auteur et nié la responsabilité d'un fournisseur d'accès internet faute de lien de causalité adéquate²⁴³. Toutefois, le Tribunal fédéral n'a pas dû encore trancher dans quelle mesure les exploitants de médias sociaux et de moteurs de recherche doivent être tenus responsables pour des contenus illicites de tiers. Selon le Conseil fédéral et la doctrine, en règle générale, la proximité avec le contenu et les possibilités d'influence rédactionnelle doivent toujours être prises en compte dans l'examen des droits et des obligations de diligence excluant la responsabilité²⁴⁴.

Selon le Conseil fédéral et la doctrine, en règle générale, la proximité avec le contenu et les possibilités d'influence rédactionnelle doivent toujours être prises en compte lorsqu'il s'agit d'examiner dans quelle mesure un fournisseur de services doit être poursuivi pour des contenus étrangers, et quelles dispositions proportionnées doivent être exigées de sa part pour lutter contre la diffusion de contenus illicites²⁴⁵.

Une réglementation spécifique relative à la responsabilité des fournisseurs de services en cas de violation du droit d'auteur a été introduite dans le cadre de la révision de la loi sur le droit d'auteur (LDA, RS 231.1). Afin de lutter plus efficacement contre la piraterie sur l'internet, l'art. 39d LDA prévoit une nouvelle obligation de "maintien hors ligne" (*stay-down obligation*) pour les fournisseurs de services d'hébergement. Ceux-ci doivent veiller à ce que les contenus enfreignant le droit d'auteur qui ont été supprimés après notification au titulaire ne soient pas à nouveau rendus accessibles illégalement par le biais de leur plateforme. L'obligation ne s'applique cependant qu'aux fournisseurs de services qui engendrent un risque particulier de violation du droit d'auteur, comme les sites de piraterie, et non aux exploitants courants de médias sociaux ou de moteurs de recherche.

10 Gouvernance du discours haineux

Principaux éléments

- Certaines formes de discours haineux en ligne (voir chapitre 5) affectent directement les droits démocratiques fondamentaux et les droits de participation. La plupart des pays européens ont adopté des dispositions légales pour lutter contre ce phénomène.
- En Suisse, par exemple, la diffamation, la discrimination et l'incitation à la haine sont interdits (art. 173ss CP, art 261^{bis} CP et art. 28 CC). Cependant, l'application du droit et en particulier la poursuite pénale des auteurs, souvent anonymes, sont difficiles sur l'internet.
- L'UE (législation sur les services numériques), ainsi que l'Allemagne, l'Autriche, la France, le Royaume-Uni, l'Irlande et la Belgique ont adopté une loi contre le discours haineux sur les plateformes ou ont l'intention de le faire.

²⁴¹ Voir rapport du Conseil fédéral "La responsabilité civile des fournisseurs de services internet" du 11 décembre 2015, chap. 3 et 7.1. Une reprise de la responsabilité limitée de la direction sur le commerce électronique n'aurait guère changé la situation initiale, car elle se réfère en premier lieu à des actions réparatrices (p. ex. dommages-intérêts) et non à des actions défensives plus significatives dans la pratique (p. ex. actions en prévention [suppression] et en cessation de l'atteinte) qui sont en partie expressément réservées dans la directive sur le commerce électronique (art. 12, al. 3, 13 al. 2 et 14, al. 3 de la directive; à ce propos aussi l'expertise de l'ISDC sur la responsabilité civile des fournisseurs de services internet en Allemagne, en France, au Danemark, au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, du 29 septembre 2015, p. 12ss, consultable sous: <http://www.eipd.admin.ch/dam/data/bj/aktuell/news/2015/2015-12-110/gutachten-sir-d.pdf> (en allemand uniquement)).

²⁴² Voir concernant les actions défensives (p.ex. actions en prévention et en cessation de l'atteinte), rapport du Conseil fédéral "La responsabilité civile des fournisseurs de services internet" du 11 décembre 2015, chap. 7.1 et concernant les actions réparatrices (p. ex. dommages et intérêts), chap. 7.2.

²⁴³ ATF 145 III 72

²⁴⁴ *Conseil fédéral suisse*, la responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 27 et 32 s; *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 78.

²⁴⁵ *Conseil fédéral suisse*, la responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 27 et 32s; *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 78.

Intermédiaires et plateformes de communication

10.1 Mesures contre le discours de haine en Europe

10.1.1 Union européenne et Conseil de l'Europe

Outre le projet de législation sur les services numériques (Digital Services Act) publié le 15 décembre 2020 (voir chapitre 9.1.1), l'UE dispose avec la "Décisions cadre du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal"²⁴⁶ d'un cadre légal pour réglementer le discours de haine. Sur cette base, elle a adopté une série de codes et de recommandations non contraignantes²⁴⁷. Avec l'introduction de la législation sur les services numériques, certaines de ces recommandations pourraient devenir contraignantes. Par exemple, les intermédiaires pourraient être obligés de vérifier rapidement et, si nécessaire, de retirer les contenus illégaux dès qu'ils en sont informés (voir chapitre 9.1.1). Pour les plateformes de partage de vidéos, les obligations de lutte contre le discours haineux ont également été définies dans la directive SMA révisée (voir chapitre 9.1.2). Enfin, le règlement relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne (TERREG), adopté début 2021, impose aux intermédiaires de supprimer les contenus de propagande incitant à la terreur²⁴⁸.

Le Conseil de l'Europe et sa "Commission européenne contre le racisme et l'intolérance" (ECRI) ont également abordé à plusieurs reprises la question du discours haineux²⁴⁹. Le protocole additionnel à la Convention sur la cybercriminalité, relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques, ouvert à la signature le 28 janvier 2003, est un instrument contraignant²⁵⁰. Il étend le champ d'application de la Convention sur la cybercriminalité aux infractions de propagande raciste ou xénophobe. L'objectif est d'uniformiser la qualification pénale de ces actes ou expressions, ce qui devrait notamment permettre aux parties contractantes d'utiliser plus facilement les moyens de coopération internationale prévus par la Convention. En tant qu'Etat partie à la Convention, la Suisse a signé le protocole additionnel, mais ne l'a pas encore ratifié.

10.1.2 Lois européennes régissant le discours haineux

Dans la plupart des pays, l'objectif des lois et des projets de lois en lien avec le discours haineux est de protéger la population (souvent les enfants et les jeunes en particulier), la sécurité nationale et les droits fondamentaux en général (p. ex., en Allemagne, en Autriche, en France, au Royaume-Uni, en Irlande et en Belgique). L'Allemagne et l'Autriche envisagent expressément de renforcer l'application du droit pénal.

Le champ d'application matériel de la plupart des lois ou projets de loi se base sur des droits fondamentaux et des infractions qui sont déjà reconnus au niveau national. C'est également le cas du projet de législation sur les services numériques, qui fait explicitement référence aux lois des Etats membres et au droit de l'Union. Les catalogues d'infractions sont donc très larges et différent en raison de leur ancrage dans le droit pénal des pays respectifs. Cependant, ils comprennent généralement les éléments suivants: (1) l'incitation à la violence ou à la haine, ainsi que les insultes à l'encontre de personnes en raison de leur origine, de leur nationalité, de leur appartenance ethnique, de leur

²⁴⁶ *Conseil de l'Union européenne*, Décisions cadre 2008/913/JAI du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal.

²⁴⁷ Il s'agit notamment du Code de conduite sur la lutte contre les discours de haine illégaux en ligne du 30 juin 2016 (*Union européenne*, Code de conduite sur la lutte contre les discours de haine illégaux en ligne), dont divers intermédiaires tels que Facebook, Twitter, YouTube et Snapchat sont signataires, de la communication intitulée "Lutter contre le contenu illicite en ligne – Pour une responsabilité accrue des plateformes en ligne" COM(2017)555 final ([Commission européenne, Lutter contre le contenu illicite en ligne - Pour une responsabilité accrue des plateformes en ligne](#)) et de la "Recommandation sur les mesures destinées à lutter, de manière efficace, contre les contenus illicites en ligne" (Commission européenne, Recommandation (UE) 2018/334 de la Commission du 1^{er} mars 2018 sur les mesures destinées à lutter, de manière efficace, contre les contenus illicites en ligne, JO L63 du 6.3.2018, 50).

²⁴⁸ Une injonction d'une autorité d'un pays de l'UE suffit comme demande de suppression; il n'est pas nécessaire qu'un tribunal soit impliqué ou intervienne (Règlement (EU) 2021/784 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2021 relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne (TERREG)).

²⁴⁹ Voir *Commission européenne contre le racisme et l'intolérance*, Recommandation de politique générale n° 15 de l'ECRI sur la lutte contre le discours de haine; voir également aperçu de la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) sur le difficile équilibre entre l'expression admissible au titre de la liberté d'expression en vertu de l'art. 10 de la Convention européenne des droits de l'homme (CEDH) et le discours haineux raciste et discriminatoire interdit *McGonagle*, The Council of Europe against online hate speech : Conundrums and challenge

²⁵⁰ *Conseil de l'Europe*, Protocole additionnel (SEV 189) à la Convention sur la cybercriminalité, relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques. Voir aussi *Comité d'Experts sur la lutte contre le discours de haine*, Document de référence.

Intermédiaires et plateformes de communication

"race", de leur religion, de leur sexe, de leur identité sexuelle, de leur orientation sexuelle ou de leur handicap, (2) l'apologie ainsi que la relativisation ou la justification des crimes contre l'humanité, (3) l'incitation à des actes terroristes ou l'apologie de ceux-ci.

Trois pays (Autriche, Irlande et Royaume-Uni) prévoient de créer de nouvelles infractions en lien avec le discours haineux sur les plateformes. En Autriche, par exemple, certains types de cyberintimidation sont punissables.

Les approches réglementaires partent du constat que les poursuites et arrestations traditionnelles des coupables sont inefficaces en raison de l'anonymat fréquent et de la nature transfrontalière de l'internet, de la diffusion massive et rapide de contenus sur les plateformes et des ressources limitées dont disposent les autorités judiciaires (voir pour la Suisse, chapitre 10.2.3). Elles tendent donc à responsabiliser davantage les intermédiaires dans la lutte contre le discours haineux.

Les principales mesures réglementaires envisagées sont les suivantes:

Obligations de signalement pour les intermédiaires: Les intermédiaires doivent signaler le contenu aux autorités (p. ex., les autorités de poursuite pénale) et fournir toutes les informations pertinentes disponibles s'il existe une suspicion qu'une infraction pénale grave présentant un risque pour la vie ou la sécurité des personnes a été, est en train ou est sur le point d'être commise²⁵¹. Ces dispositions ont pour but de rendre plus efficace la poursuite des coupables.

Systèmes de signalement par les utilisateurs: Les intermédiaires doivent mettre en place un système permettant aux utilisateurs de signaler directement et facilement les contenus qu'ils considèrent comme illégaux²⁵². Ils doivent examiner les contenus signalés, décider s'il convient de les supprimer et communiquer cette décision aux utilisateurs.

Obligations de suppression: Les intermédiaires doivent supprimer les "contenus manifestement illégaux" dans les 24 heures. Les contenus qui ne sont pas manifestement illégaux doivent être examinés dans un délai maximum de sept jours²⁵³.

Obligations d'information à l'égard des autorités: Les intermédiaires sont tenus de fournir régulièrement des informations sur les efforts déployés pour mettre un terme à la diffusion de contenus illicites, sur la quantité et le type de contenus supprimés, sur le nombre de réclamations relatives aux suppressions, sur le temps consacré à traiter les signalement et sur les critères de décision appliqués²⁵⁴.

10.2 Mesures contre le discours haineux en Suisse

Contrairement à l'UE et à des pays européens tels que l'Autriche, l'Allemagne ou le Royaume-Uni, la Suisse ne dispose pas d'une réglementation légale spécifique ni de pratique juridique détaillée pour mettre en œuvre concrètement les obligations de diligence des intermédiaires concernant des contenus illicites diffusés par leurs utilisateurs. Suivant les principes généraux en matière de responsabilité pénale et civile, la doctrine juridique suisse dominante préconise une gradation des

²⁵¹ Art. 21 (1) législation sur les services numériques. L'Irlande prévoit une obligation similaire. Comme variante, l'Allemagne et l'Autriche, par exemple, prévoient en outre des obligations de conservation des preuves.

²⁵² Prévu ou mis en œuvre dans la législation sur les services numériques, en Allemagne, en Autriche, en Irlande, en Belgique. L'Irlande prévoit également un mécanisme de plainte spécial pour les "trusted flaggers" (voir chapitre 9.1.1).

²⁵³ Notamment la *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (Allemagne) et l'Autriche (*Ministerialentwurf für das Kommunikationsplattformen-Gesetz*).

²⁵⁴ Législation sur les services numériques, *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* (Allemagne), Autriche (*Kommunikationsplattformen-Gesetz - KoPl-G*) et Belgique francophone (proposition du régulateur compétent).

Intermédiaires et plateformes de communication

obligations de diligence en fonction de la proximité du fournisseur par rapport au contenu²⁵⁵ et compte tenu de circonstances particulières du cas d'espèce (voir chapitre 9)²⁵⁶.

Il va sans dire que toute réglementation étatique de la communication publique doit être réévaluée en permanence à l'aune des libertés de communication²⁵⁷. Les informations ou idées qui offensent, choquent ou dérangent entrent en principe dans le champ de protection de la liberté d'expression (voir p. ex. la jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme²⁵⁸), indépendamment de leur véracité ou 'non'²⁵⁹. L'Etat ne peut poser des limites à l'expression que si les conditions justifiant des restrictions aux droits fondamentaux (art. 36 Cst. et art. 10, chif. 2, CEDH) sont remplies: la restriction doit être fondée sur une base légale suffisamment précise, justifiée par un intérêt public ou par la protection d'un droit fondamental d'autrui, et être proportionnelle au but visé. C'est pourquoi plusieurs commentateurs attirent l'attention sur le fait que la loi allemande, la *Netzwerkdurchsetzungsgesetz*, pourrait inciter les intermédiaires à supprimer trop de contenus par mesure de précaution (risque de surblocage).

Cela ne signifie certes pas que tout contrôle étatique des intermédiaires 'serait en principe illégal. Dans le cas du discours haineux, il s'agit plutôt de trouver un équilibre entre, d'une part, la protection de la liberté d'expression de la personne qui fait des déclarations offensantes, dérangeantes ou choquantes et, d'autre part, l'intérêt collectif et la protection efficace contre les discours de haine (qui sont illégaux). Les droits élémentaires des personnes concernées, en particulier le droit à l'intégrité physique et psychique (art. 10 al. 2 Cst.), doivent également être protégés. En effet, le discours haineux peut aussi être utilisé pour restreindre les libertés de communication (art. 16ss Cst.) et peut pousser des personnes exposées à un discours haineux à se retirer de "l'espace numérique"²⁶⁰. Nul ne devrait être poussé à se retirer de la communication publique par crainte d'être confronté à des propos qui portent atteinte à sa personnalité, d'autant plus qu'il existe également un intérêt collectif à ce que le discours soit diversifié.

10.2.1 Signalement des contenus

Les signalements de contenus internet punissables peuvent être adressés à la police et aux autorités de poursuite pénale. Au niveau fédéral et cantonal, il existe également diverses possibilités de notification en ligne. Par exemple, la police cantonale de Zurich²⁶¹ et le canton de Genève²⁶² proposent un formulaire électronique pour le signalement des cyberincidents. Le Centre national pour la cybersécurité (NCSC) reçoit aussi des signalement de contenus internet interdits²⁶³. La pornographie interdite peut être signalée au moyen d'un formulaire mis à disposition par fedpol²⁶⁴. Dans les affaires internationales de cybercriminalité, cet office remplit la fonction de bureau central et peut assurer la coordination avec les autorités étrangères partenaires.

²⁵⁵ Alors que les médias sociaux, par exemple, sont en principe considérés comme des fournisseurs d'hébergement "plus proches du contenu" (Voir Conseil fédéral suisse, La responsabilité civile des fournisseurs, 19; Zeller, Kommentar zu Art. 28 StGB, N 103a), les moteurs de recherche peuvent en principe être décrits comme des fournisseurs "plus éloignés du contenu" et doivent être assimilés aux fournisseurs d'hébergement traditionnels (voir *ibid*: 55-56).

²⁵⁶ la question des "crimes de la haine" en Suisse, voir les commentaires au chapitre 5.2.2.

²⁵⁷ Voir *Commission européenne contre le racisme et l'intolérance*, Recommandation de politique générale n° 15 de l'ECRI sur la lutte contre le discours de haine; décision-cadre 2008/913/JAI du Conseil du 28 novembre 2008 sur la lutte contre certaines formes et manifestations de racisme et de xénophobie au moyen du droit pénal

²⁵⁸ *McGonagle*, The Council of Europe against online hate speech: Conundrums and challenges Voir aussi Cour européenne des droits de l'homme, *Handyside contre Royaume-UNI*, requête n° [5493/72](#) arrêt du 7 décembre 1976, Abs. 49.

²⁵⁹ Comité des droits de l'homme, remarque générale n° 34 (2011), par. 47 et 49; voir également Cour européenne des droits de l'homme, *Salov contre Ukraine*, requête n° 65518/01 arrêt du 6 septembre 2005, par. 113, où il est indiqué que l'art. 10 de la CEDH n'interdit pas la discussion ou la diffusion d'informations reçues, même s'il existe une forte suspicion que ces informations puissent être contraires à la vérité.

²⁶⁰ Voir sur ce phénomène *Stahel*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, 31s.

²⁶¹ *Kantonspolizei Zürich*, Ereignis melden

²⁶² *République et canton de Genève*, Dénoncer un cas de criminalité sur internet

²⁶³ *Centre national pour la cybersécurité NCSC*, Aidez-nous à reconnaître les dangers sur Internet

²⁶⁴ *Office fédéral de la police fedpol*, Signaler de la pornographie interdite

Intermédiaires et plateformes de communication

En outre, d'autres organisations ont créé ou envisagent de créer des services de notification, destinés pour la plupart à lutter contre les propos racistes. La Commission fédérale contre le racisme (CFR), par exemple, cherche à simplifier davantage le signalement du racisme en ligne et à coopérer avec des structures existantes (p. ex. Fondation contre le racisme et l'antisémitisme et Fédération suisse des communautés israélites²⁶⁵). De plus, en 2020, l'organisation faitière des femmes Alliance F a lancé le projet "Stop Hate Speech"²⁶⁶ qui utilise des algorithmes pour mieux identifier le discours haineux publié sur l'internet et y répondre par des contre-discours.

10.2.2 Suppression et poursuites pénales

Dans son rôle d'organe de coordination, fedpol contribue à l'élaboration de processus qui facilitent la suppression de contenus illégaux. YouTube a accordé le statut de "trusted flagger" à cet office, qui entretient aussi des contacts avec Twitter et Facebook. Les signalements de fedpol concernant des contenus illégaux sont traités en priorité par YouTube²⁶⁷. fedpol estime néanmoins qu'il devrait obtenir davantage d'informations sur des contenus illicites de la part des intermédiaires.

En outre, si du matériel de propagande se trouve sur un serveur suisse, fedpol peut, après avoir consulté le Service de renseignement de la Confédération (SRC), ordonner la suppression de sites internet en vertu de l'art. 13e de la loi fédérale du 21 mars 1997 instituant des mesures visant au maintien de la sûreté intérieure (LMSI). Cependant, il est extrêmement rare que ces contenus se trouvent sur des serveurs suisses. Si ce n'est effectivement pas le cas, fedpol peut au moins recommander au fournisseur suisse de bloquer le site en question. Il est également possible de révoquer un nom de domaine suisse si des documents de propagande violente sont diffusés par ce biais.

L'action pénale constitue un autre instrument de lutte contre les contenus illégaux. Si une autorité de poursuite pénale suisse soupçonne une infraction punissable en droit suisse et que celle-ci pourrait avoir un lien avec la Suisse (lieu où l'infraction est commise: Suisse; auteur présumé ou victime: citoyen suisse), elle peut ouvrir une procédure pénale.

10.2.3 Problèmes d'application de la loi (en particulier poursuites pénales)

Etant donné que le contenu potentiellement illégal est souvent diffusé de manière anonyme ou sous une fausse identité²⁶⁸, les autorités comptent sur les intermédiaires pour leur fournir des informations sur l'identité des suspects (données d'accès et adresse IP du titulaire du compte). Si le serveur par lequel le contenu a été diffusé est situé en Suisse, les autorités de poursuite pénale disposent de mesures coercitives en vertu du droit suisse (code de procédure pénale, loi fédérale sur la surveillance de la correspondance par poste et télécommunication [LSCPT]) pour obtenir les données personnelles. Toutefois, la plupart des contenus suspects découverts ou signalés en Suisse sont situés sur des serveurs étrangers²⁶⁹. Le principe de territorialité fait que l'application de la loi est compliquée sur l'internet. En effet, les cas où le droit étranger permet aux autorités suisses de contacter directement l'intermédiaire sont exceptionnels. Si l'intermédiaire ne communique pas les données pertinentes aux autorités, et dans tous les autres cas, l'entraide judiciaire doit être actionnée afin que les données puissent être collectées obligatoirement. La demande d'entraide doit être adressée à l'Etat dans lequel se trouve le serveur en question, souvent l'Irlande ou les Etats-Unis²⁷⁰.

²⁶⁵ Fédération suisse des communautés israélites, Signaler un acte antisémite

²⁶⁶ Alliance F, Stop Hate Speech

²⁶⁷ De novembre 2016 à novembre 2020, fedpol a signalé 365 vidéos sur YouTube, dont la majorité (311) ont été restreintes ou supprimées. Selon les estimations de fedpol, au moins 90% des vidéos signalées concernait un contenu terroriste ou des représentations de violence. Les autres signalements concernaient, par exemple, des vidéos de suicide, de cruauté envers les animaux, de sextorsion et des vidéos à contenu raciste (voir réponse du Conseil fédéral à l'interpellation Grüter 17.3751, "Supprimer les vidéos à contenu djihadiste").

²⁶⁸ Conseil fédéral suisse, Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux, 47

²⁶⁹ Conseil fédéral suisse, Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux, 47

²⁷⁰ Voir Décision du tribunal fédéral ATF TF, arrêt du 16.11.2016, 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016; Conseil fédéral suisse, Cadre juridique pour les médias sociaux: nouvel état des lieux. 47s.

Intermédiaires et plateformes de communication

La plupart des contenus en ligne illégaux découverts ou signalés en Suisse proviennent d'auteurs anonymes et sont stockés sur des serveurs étrangers²⁷¹, ce qui rend problématique l'application du droit. En 2016, le Tribunal fédéral a jugé, dans le cadre d'une publication diffamatoire sur Facebook, que seules les personnes titulaires ou détentrices des données, ou pour le moins qui détiennent le contrôle de celles-ci, peuvent être soumises à l'obligation de les fournir (identité, données d'accès ainsi qu'adresse IP du titulaire du compte). En conséquence, il a estimé que les données étaient exigibles auprès de Facebook Irlande et non de Facebook Suisse.

Une difficulté fréquente de l'entraide judiciaire est notamment la condition de la double incrimination (outre la longueur des procédures et parfois un manque d'efficacité dû à un formalisme strict)²⁷². Les Etats-Unis par exemple ont une conception très large de la liberté d'expression: le discours haineux n'est pas interdit en soi, mais seulement s'il contient une menace immédiate de violence. Les demandes d'entraide judiciaire sont approuvées par les Etats-Unis s'il s'agit de menaces pour la vie et l'intégrité physique, ou d'activités terroristes; en revanche, si les autorités judiciaires suisses demandent des informations sur les auteurs de contenus racistes ou violents, il est rare qu'elles les obtiennent, même si des personnes nommément citées sont menacées de mort²⁷³. En outre, la législation étrangère en matière de protection des données peut également s'opposer à la transmission de données.

La Convention internationale du Conseil de l'Europe sur la cybercriminalité (Convention de Budapest²⁷⁴, voir chapitre 10.1.1) permet d'engager plus facilement des poursuites pénales transfrontalières, mais uniquement dans des limites bien définies²⁷⁵. Elle ne confère pas de droit direct d'accès aux données de fournisseurs étrangers. Dans le cadre des travaux sur le deuxième protocole additionnel à la Convention, qui doit être ouvert à la signature à la fin de l'année 2022, un droit direct à une remise plus rapide des données (données électroniques marginales ou données relatives au trafic) de la part des fournisseurs de services internet est en cours de discussion²⁷⁶. La Suisse joue un rôle clé dans les négociations. Cependant, la révision du droit suisse en matière d'entraide judiciaire en vue de permettre une coopération plus directe dans le domaine des preuves électroniques (e-evidence) soulève des problèmes complexes. Compte tenu de la réciprocité du droit de l'entraide judiciaire, toutes les démarches entreprises par la Suisse impliquent des possibilités d'accès élargies non seulement pour les autorités de poursuites pénales suisses, mais donnent aussi aux autorités étrangères des possibilités équivalentes d'accéder aux données des fournisseurs suisses (par exemple Threema ou Protonmail). Par ailleurs, les garanties constitutionnelles telles que le droit d'être entendu (art. 29, al. 2, Cst.) ou la garantie de l'accès au juge (art. 29a Cst.), mais aussi les normes du droit suisse sur la protection des données, doivent être préservées pour la personne concernée par la transmission des données (donc pas seulement pour l'intermédiaire). La signature du deuxième protocole additionnel conduirait dès lors à ce que plus aucune procédure (d'entraide) au sens propre du terme n'ait lieu en Suisse, les fournisseurs suisses devant participer directement à la procédure étrangère. Elle requiert donc un haut degré de confiance dans l'ordre juridique étranger afin que la protection des droits de la personne concernée par la mesure en Suisse soit suffisamment garantie²⁷⁷. De manière générale, il est actuellement impossible de prévoir dans quelle mesure le résultat des

²⁷¹ *Conseil fédéral suisse*, Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux, 47

²⁷² *Walder*, cybercrime.

²⁷³ Voir *Baumgartner/Schoop*, Neue Zürcher Zeitung du 13.02.2019 et en général: Avis du Conseil fédéral sur l'interpellation Grüter 17.3751, "Supprimer les vidéos à contenu djihadiste".

²⁷⁴ <http://www.admin.ch/opc/fr/classified-compilation/20100537/index.html>

²⁷⁵ Voir *Walder*, cybercrime.

²⁷⁶ Il est également prévu que les négociations relatives à une convention mondiale sur la cybercriminalité commencent en janvier 2022 dans le cadre des Nations Unies. La Suisse participera également à ces travaux. En 2019, l'Assemblée générale des Nations Unies (UNGA) a adopté la résolution "Lutte contre l'utilisation des technologies de l'information et de la communication à des fins criminelles" (Assemblée générale des Nations Unies, Résolution adoptée par l'Assemblée générale le 27 décembre 2019). La résolution, introduite par la Russie, établit un *comité ad hoc* chargé de rédiger une nouvelle convention internationale sur la cybercriminalité. Le contexte du débat est le suivant: Les Etats parties à la Convention de Budapest estiment que celle-ci fournit un cadre juridique suffisant pour lutter contre la cybercriminalité, mais certains Etats ne veulent pas s'y soumettre.

²⁷⁷ Cela pourrait être principalement le cas en Europe, où la Suisse partage une tradition juridique avec ses Etats voisins et est liée par des instruments de protection juridique communs tels que la CEDH. Toutefois, en tant que convention "mondiale", la Convention de Budapest est également ouverte aux Etats non européens et de nombreux Etats de tous les continents ont déjà fait usage de la possibilité d'y adhérer. Dans le passé, la question de savoir si la protection juridique par des "juges étrangers" est suffisante ou non a souvent fait l'objet de débats politiques controversés.

Intermédiaires et plateformes de communication

travaux sur une coopération plus directe dans le domaine des preuves électroniques facilitera, à moyen terme, l'application du droit à l'échelle internationale. L'OFJ prépare actuellement un rapport détaillant les problèmes juridiques qui se posent dans le domaine des preuves électroniques.

Dans certains cas, les intermédiaires étrangers coopèrent bien et remettent volontairement des données d'enregistrement personnelles telles que des adresses électroniques. Toutefois, les actions pénales ne sont pas forcément facilitées pour autant. Tout d'abord, le droit étranger doit permettre aux autorités suisses d'accéder directement à l'intermédiaire en question. Si ce n'est pas le cas, il faut recourir à l'entraide judiciaire, faute de quoi d'importantes questions se posent quant à l'utilisation des informations comme moyens de preuves dans le cadre de procédures pénales. En outre, les données d'enregistrement peuvent être fictives, notamment dans les cas d'infractions plus graves, car les fournisseurs n'effectuent pas de contrôles d'identité. L'obtention de données plus complètes nécessaires à l'établissement de l'identité exige une nouvelle procédure d'entraide judiciaire, avec les obstacles décrits ci-dessus. Une obligation pour les intermédiaires de désigner un représentant légal au niveau national devrait permettre d'entrer plus facilement en contact avec les acteurs étrangers. Cependant, pour les raisons qui viennent d'être décrites, une poursuite pénale facilitée n'est pas certaine pour autant, surtout si l'entreprise ne remet pas volontairement les données nécessaires. Dans ce cas, l'entraide juridique doit toujours être sollicitée²⁷⁸. Il n'est pas possible d'évaluer à l'heure actuelle dans quelle mesure l'application de la loi serait améliorée par une disposition telle que celle prévue dans le projet de législation sur les services numériques, selon laquelle le représentant légal désigné peut également tomber sous le coup de la loi pour des infractions commises par l'intermédiaire (voir chapitre 9.1.1).

Les problèmes décrits ci-dessus existent également dans le cadre de procédures civiles ou pénales contre des intermédiaires étrangers en tant que distributeurs de contenus de tiers. L'entraide juridique doit être recherchée, notamment si l'entreprise concernée ne se conforme pas à une injonction des autorités²⁷⁹. Sans compter que dans le domaine des procédures civiles, les frais de justice constituent également des obstacles dissuasifs²⁸⁰.

10.2.4 Mesures de prévention, éducation et conseil

En Suisse, la Confédération et les cantons, mais aussi des organisations privées, ont pris un certain nombre de mesures séparées ou conjointes qui s'adressent à la population en tant que communicateurs et utilisateurs. La plupart de ces mesures concernent la prévention et la lutte contre le discours haineux.

Par exemple, depuis 2020, le Service de lutte contre le racisme de la Confédération (SLR) soutient les initiatives cantonales, communales et de la société civile qui combattent le racisme en ligne. Le financement va notamment à des projets dans les domaines de la prévention et de la sensibilisation, du conseil, du contre-discours et du monitoring. Il doit aussi servir à fournir une plateforme pour l'échange de connaissances et d'expériences ainsi que pour la coordination entre les organisateurs de projets. Ce service permet ainsi de contribuer à l'élaboration de mesures efficaces et de lutter activement contre le discours haineux numérique. En outre, le SLR a fait analyser, dans un rapport général, les approches les plus actuelles de la lutte contre cette forme de discours²⁸¹. Dans ce contexte, il faut également mentionner la diffusion de connaissances dans le cadre du "Réseau de conseil aux victimes de racisme"²⁸², un projet commun de l'association *humanrights.ch* et de la Commission fédérale contre le racisme (CFR). Cette dernière gère un réseau de 23 services spécialisés qui offrent des conseils en cas de discrimination raciste. Grâce à la formation continue soutenue par le SLR et à l'élaboration d'un guide, les centres de conseil devraient être en mesure

²⁷⁸ Voir la réponse du CF à la motion Glättli 18.3306 et *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 233.

²⁷⁹ Voir la réponse du Conseil fédéral sur les motions Levrat 16.4082 et Schwaab, 16.4080, ainsi que *Conseil fédéral suisse*, Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux, 48.

²⁸⁰ Voir *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 229.

²⁸¹ Voir *Stahel*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, p. 60.

²⁸² Voir <http://network-racism.ch/de/index.html>

Intermédiaires et plateformes de communication

de fournir des conseils adéquats en cas de discours haineux raciste en ligne. Dans le cadre des programmes cantonaux d'intégration (PIC), conclus entre les cantons et le SEM, les cantons sont tenus de mettre en œuvre des mesures de protection contre la discrimination, y compris la discrimination raciste en ligne. En outre, le Plan d'action national de lutte contre la radicalisation et l'extrémisme violent (PAN) prévoit 26 mesures visant à prévenir la radicalisation et l'extrémisme violent à un stade précoce, à offrir des alternatives et à mettre en réseau les acteurs²⁸³.

Par ailleurs, dans le cadre de sa plateforme nationale Jeunes et médias, l'Office fédéral des assurances sociales (OFAS) met l'accent sur le thème de la "haine sur internet". La Confédération s'engage pour une protection efficace des jeunes face aux médias en encourageant à la compétence médiatique²⁸⁴.

10.3 Mesures d'autorégulation des intermédiaires contre le discours haineux

Les grandes plateformes telles que Twitter, Facebook et YouTube sont bien conscientes que la diffamation, la discrimination et l'intimidation sur leurs plateformes constituent un problème. Dick Costolo, le PDG de Twitter, a explicitement admis le problème dans un forum interne en 2015: "Nous sommes mauvais dans la gestion des abus et des trolls sur la plateforme, et ce depuis des années"²⁸⁵. Ce n'est pas un secret: le reste du monde en parle tous les jours." Dans un article du Washington Post, Vijaya Gadde, responsable des affaires juridiques de Twitter, a aussi souligné les manquements de la plateforme: "[...] nos temps de réponse ont été inexcusablement lents et le contenu de nos réponses trop maigre. Le moins que l'on puisse dire, c'est que cela ne suffit pas. La liberté d'expression, notre philosophie de base, ne signifie pas grand-chose si nous continuons à permettre que des voix soient réduites au silence parce qu'elles ont peur de s'exprimer"²⁸⁶.

Six ans après ces déclarations, la lutte contre le discours haineux présente encore des défis pour les intermédiaires. Leurs mesures d'autorégulation visent essentiellement mettre en œuvre les différentes lois nationales, et uniquement lorsque ces lois les y obligent explicitement. Si ce n'est pas le cas, comme en Suisse, les intermédiaires appliquent leurs propres règles internes ou les normes communautaires. La plupart ont introduit des "conditions générales pour les contenus"²⁸⁷. YouTube, Facebook et Instagram ont mis en place des équipes internes (*policy teams*) qui surveillent et développent ou modifient ces directives en permanence.

Toutefois, les intermédiaires se réfèrent à leurs propres définitions des contenus autorisés ou non autorisés et non à des normes légales. Facebook n'a, par exemple, commencé à supprimer dans ses pages des contenus et des groupes qui niaient l'Holocauste que fin 2020; Twitter a suivi peu après. YouTube avait modifié ses directives un an plus tôt²⁸⁸.

La plupart des grandes plateformes (dont, p. ex., Facebook, Instagram, YouTube et Twitter) ont mis en place des systèmes permettant de signaler les contenus qui violent potentiellement les règles internes de la plateforme (*flagging*). Suite à un signalement, le contenu correspondant est vérifié par les intermédiaires et sanctionné le cas échéant (mécanisme de signalement et d'action).

Le processus de signalement proprement dit est largement identique sur toutes les grandes plateformes: à côté de chaque contenu (messages, vidéos ou commentaires) se trouve un bouton pour signaler un contenu problématique. En règle générale, le signalement doit être motivé, par exemple :

²⁸³ Voir <https://www.ejpd.admin.ch/ejpd/de/home/aktuell/news/2017/2017-12-04.html>

²⁸⁴ Voir <https://www.jugendundmedien.ch/experten-und-fachwissen/schwerpunkte/hass-im-netz-2020-2021>

²⁸⁵ *Tiku/Newton*, Twitter CEO: 'We suck at dealing with abuse', <https://www.theverge.com/2015/2/4/7982099/twitter-ceo-sent-memo-taking-personal-responsibility-for-the>, Übersetzung der Verfasser.

²⁸⁶ *Gadde*, Washington Post du 16.04.2015

²⁸⁷ *Stahel*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, 60.

²⁸⁸ *Shead*, Twitter follows Facebook on removing posts that deny the Holocaust, <https://www.cnbc.com/2020/10/15/twitter-follows-facebook-on-removing-posts-that-deny-the-holocaust-.html>; *Paresh*, YouTube reversal bans Holocaust hoaxers, stops pay for borderline creators, <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-youtube-hatespeech-idUSKCN1T623X>.

Intermédiaires et plateformes de communication

"ce tweet: a) est suspect ou il s'agit d'un spam, b) est abusif ou blessant, c) indique une intention d'automutilation ou de suicide".

Tous les utilisateurs, du moins ceux qui possèdent un compte d'utilisateur, peuvent envoyer un signalement. Plusieurs intermédiaires (p. ex., YouTube, Facebook et Twitter) ont également désigné des organisations ou des personnes de confiance en tant que "trusted flaggers". Les signalements qu'elles adressent sont examinés en priorité. En Suisse, Google a accordé ce statut à fedpol, à la Fédération des communautés israélites (FSCI) et au Comité international de la Croix-Rouge (CICR), et Facebook à la Fondation contre le racisme et l'antisémitisme (GRA). Facebook dispose également d'un organe externe, l'Oversight Board, qui se saisit de manière indépendante de cas intéressants, difficiles et exemplaires, et qui prend des décisions contraignantes pour la plateforme²⁸⁹. Récemment, il a décidé de maintenir le blocage des comptes Facebook de Donald Trump²⁹⁰. Facebook soutient en outre l'initiative "Counterspeech", qui implique divers programmes, modèles de collaboration et ressources pour combattre le discours haineux par des contre-discours²⁹¹.

Les grands intermédiaires ne se contentent pas de réagir aux signalements, mais recherchent eux-mêmes d'éventuelles violations de leurs normes communautaires. Ils ont mis en place des équipes qui recherchent des contenus répréhensibles, et utilisent de plus en plus des logiciels pour identifier automatiquement et parfois supprimer les contenus indésirables et non autorisés. Sur YouTube, la proportion de suppressions effectuées à l'aide de tels programmes était de 95 % au troisième trimestre de 2020, tandis que les signalements des utilisateurs, des "trusted flaggers", des ONG et des autorités de régulation constituaient les 5% restants²⁹². La quantité de contenus partagés sur les plateformes oblige les fournisseurs de plateformes à développer des solutions essentiellement algorithmiques pour identifier et supprimer le discours haineux.

Ces chiffres ne sont toutefois pas très significatifs; ils ne disent rien sur l'importance réelle des contenus non autorisés, ni sur la part de contenus correctement identifiés et supprimés ou sur le type de contenus et de comptes supprimés ou bloqués à tort. Après le changement de cap de Facebook face au négationnisme en 2020 et l'adaptation des normes communautaires, la plateforme demeure confrontée au défi de se conformer à sa nouvelle position²⁹³. Si le contenu est explicite, le discours haineux peut être rapidement repéré et supprimé; par contre, les processus automatisés et les modérateurs de contenus peinent à repérer les formes implicites du discours haineux. Certes, les systèmes automatisés deviennent plus performants et permettent aux plateformes d'identifier un nombre toujours plus grand de contenus problématiques: par exemple, au deuxième trimestre 2020, Facebook a supprimé 22,5 millions de contenus catalogués comme haineux, alors que le système n'avait pu en identifier, et supprimer, que 9,6 millions au premier trimestre 2020²⁹⁴. Cela démontre aussi en même temps que les procédures automatiques sont à la traîne du phénomène, d'autant plus qu'il existe de grandes différences dans la façon d'identifier les cibles du discours haineux²⁹⁵. Ainsi, la procédure adoptée par les grandes plateformes pour lutter contre le négationnisme est jugée "satisfaisante" (YouTube et Twitter), voire même "suffisante" (Facebook) par l'Anti-Defamation League²⁹⁶.

Le fait que, dans le cas du discours haineux, les procédures automatisées des plateformes – tout comme les décisions des modérateurs – ne sont jamais tout à fait exactes et suppriment parfois

²⁸⁹ *Oversight Board*, Garantir la liberté d'expression au moyen d'un jugement indépendant, <https://oversightboard.com/>.

²⁹⁰ *Facebook*, Oversight board upholds Facebook's decision to suspend Donald Trump's accounts, <https://about.fb.com/news/2021/05/facebook-oversight-board-decision-trump/>.

²⁹¹ *Facebook*, Supporting the voices that are engaged in Counterspeech, <https://counterspeech.fb.com/en/>.

²⁹² *YouTube Community Guidelines enforcement – Google Transparency Report*

²⁹³ *Guyonn*, Facebook still has Holocaust denial content three months after Mark Zuckerberg pledged to remove it, <https://eu.usatoday.com/story/tech/2021/01/27/facebook-holocaust-denial-zuckerberg-twitter-youtube-twitch-reddit/4269035001/>.

²⁹⁴ *Paul/Vengattil*, Facebook removed seven million posts in second quarter for false coronavirus information, <https://www.reuters.com/article/us-facebook-content-idUSKCN25727M>.

²⁹⁵ *Nurik*, *International Journal of Communication* 13 (2019), 21; *Oliva/Antonialli/Gomes*, *Sexuality & Culture* 25 (2021), 700.

²⁹⁶ *Guyonn*, Facebook still has Holocaust denial content three months after Mark Zuckerberg pledged to remove it, <https://eu.usatoday.com/story/tech/2021/01/27/facebook-holocaust-denial-zuckerberg-twitter-youtube-twitch-reddit/4269035001/>.

Intermédiaires et plateformes de communication

trop peu de contenus litigieux (sous-blocage) ou trop de contenus non problématiques (surblocage), soulève un autre aspect. L'autorégulation des plateformes dans le domaine du discours haineux et de la désinformation (voir chapitre 10.1) est toujours étroitement liée à la question de la transparence de leurs règles de procédure envers les contenus et les utilisateurs (voir chapitre 12).

11 Gouvernance de la désinformation

Les approches visant à prévenir et à combattre la désinformation sur les plateformes sont relativement récentes; elles sont surtout apparues en réponse à la multiplication des activités de propagande russe dans les pays d'Europe de l'Est et lors des débats qui ont suivi les élections américaines de l'automne 2016²⁹⁷. Contrairement au discours haineux, contre lequel des mesures sont généralement prises sous la forme de lois ou d'autres règles contraignantes (voir chapitre 10), la plupart des Etats misent ici sur l'autorégulation, sur des recommandations non contraignantes ou sur des tables rondes. Cette approche découle entre autres du fait que les fausses informations ne constituent pas en soi des contenus illicites, du moins aussi longtemps qu'elles ne sont pas diffamatoires ou calomnieuses et qu'elles ne dépassent pas les limites qui la séparent du discours haineux illégal. Les mensonges sont légalement admissibles. Néanmoins, plusieurs rapports rédigés actuellement sur mandat d'autorités ministérielles ou de régulation sont aussi destinés à fournir des pistes en vue d'une future réglementation (p. ex. au Royaume-Uni²⁹⁸ ou en Allemagne²⁹⁹).

En 2017 déjà, la *Déclaration commune sur la liberté d'expression et sur les "fausses nouvelles", la désinformation et la propagande* désignait les principes fondamentaux issus des normes internationales en matière de droits de l'homme comme outil d'orientation pour les Etats, les entreprises et d'autres acteurs. Acceptée par le rapporteur spécial des Nations Unies (ONU) sur la liberté d'opinion et d'expression, le représentant pour la liberté des médias de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE), le rapporteur spécial de l'Organisation des Etats américains (OEA) sur la liberté d'expression et le rapporteur spécial de la Commission africaine des droits de l'homme et des peuples (CADHP), la déclaration traite aussi du rôle des intermédiaires numériques et de la relation entre la désinformation et le discours haineux³⁰⁰.

Le rapport sur la désinformation, la liberté d'opinion et la liberté d'expression, publié en 2021 par la rapporteuse spéciale de l'ONU sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinion et d'expression, constate que les réactions des Etats et des entreprises face à la transformation numérique de la sphère publique sont insuffisantes et nuisent aux droits de l'homme. Les Etats sont notamment encouragés à revoir leur façon de traiter la désinformation et à renforcer la position des médias libres indépendants. Les plateformes numériques sont, quant à elles, invitées à réfléchir à leurs modèles commerciaux en ce qui concerne la transparence (chapitre 12) et les droits de l'homme³⁰¹.

11.1 Mesures européennes contre la désinformation

11.1.1 Bases supranationales: Union européenne et Conseil de l'Europe

11.1.1.1 Union européenne

L'Union européenne a pris les premières mesures pour contrer l'augmentation de la désinformation sur les plateformes en 2015. Le Conseil européen a alors décidé de créer la Task force East StratCom³⁰² du Service européen pour l'action extérieure (SEAE). La tâche de cet organisme est de lancer des campagnes de sensibilisation sur la politique de l'UE en Europe de l'Est et de créer de meilleures

²⁹⁷ Conclusions du Conseil européen du 19/20 mars 2015, chiff. 13 et *Conseil fédéral suisse*, Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux, p. 11.

²⁹⁸ *Department for Digital, Culture, Media & Sport*, Online Harms White Paper.

²⁹⁹ J. Möller/Hameleers/Ferreau, Typen von Desinformation und Misinformation.

³⁰⁰ *Rapporteur spécial des Nations Unies sur la promotion et la protection du droit à la liberté d'opinions et d'expression et al.*, Déclaration conjointe sur la liberté d'expression et les fausses nouvelles (*fake news*), la désinformation et la propagande

³⁰¹ *Kahn*, Disinformation and freedom of opinion and expression.

³⁰² La Task Force East StratCom exploite entre autres le site internet www.euvdsdisinfo.eu qui donne des informations sur des campagnes de désinformation.

Intermédiaires et plateformes de communication

conditions pour les médias dans les pays concernés³⁰³. Par la suite, les activités de la Commission européenne se sont multipliées, et elles ne sont pas toujours pilotées par le même organe. Le Conseil européen et le Parlement européen, en tant qu'institutions compétentes de l'UE, ont également travaillé de manière intensive sur le problème et ont publié plusieurs documents, dont certains sont présentés dans les chapitres ci-dessous.

Dans son Code de bonnes pratiques contre la désinformation d'octobre 2018, l'UE a défini pour la première fois des normes de réglementation³⁰⁴. Il s'agit d'un code de conduite élaboré après discussion avec différents intermédiaires, qui peuvent y adhérer volontairement³⁰⁵. Ce faisant, ces derniers s'engagent notamment à instaurer des procédures visant à réduire les incitations financières à la désinformation, à signaler comme telle la publicité politique et à élaborer des lignes de conduite sur l'utilisation abusive de bots automatisés. En outre, les plateformes doivent faciliter la recherche sur la désinformation.

Un "Plan d'actions contre la désinformation" a suivi en décembre 2018³⁰⁶. Contrairement au code de bonnes pratiques, il n'oblige pas les intermédiaires, mais les Etats membres et les organes de l'UE, à rechercher, à travers une collaboration renforcée, une réponse proactive au problème de la désinformation.

La pandémie de Covid-19 a entraîné une augmentation de la diffusion de fausses informations en Europe. Le 10 juin 2020, la Commission européenne a publié un communiqué à ce sujet³⁰⁷, qui exige entre autres un renforcement des obligations de déclaration des intermédiaires ainsi qu'une collaboration élargie avec des organes de recherche et de vérification des faits.

Avec le "Plan d'action pour la démocratie européenne", l'UE entend combattre la désinformation afin de garantir la tenue d'élections libres et régulières. Le plan d'action prévoit une palette de mesures et de recommandations destinées à améliorer la transparence des contenus sponsorisés dans la publicité politique et à renforcer les obligations et les responsabilités des plateformes en ligne. Ces mesures et recommandations se veulent une réponse aux divers problèmes identifiés lors de la mise en œuvre du code de bonnes pratiques. Des obligations plus claires et des mesures de surveillance adéquates sont en effet nécessaires pour lutter plus efficacement contre la désinformation³⁰⁸.

11.1.1.2 Conseil de l'Europe

Il n'existe pas de recommandation du Conseil des ministres du Conseil de l'Europe relative à la désinformation et à la désinformation. Plusieurs recommandations ministérielles, entre autres, traitent toutefois de ce thème³⁰⁹. Le Conseil de l'Europe a aussi publié un rapport d'experts ("*Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*"³¹⁰), qui identifie les canaux de diffusion de la désinformation et leurs effets, et qui formule 35 recommandations de mesures pour les plateformes. Celles-ci doivent notamment mettre des données à la disposition des scientifiques, rendre plus transparentes les décisions basées sur des algorithmes, notamment les règles de hiérarchisation des contenus, et fournir des instruments de vérification et de contrôle des faits. De leur côté, les gouvernements sont appelés à encourager la recherche sur la

³⁰³ Conclusions du Conseil européen du 19 - 20 mars 2015, considérant 13.

³⁰⁴ *Commission européenne*, EU Code of Practice on Disinformation.

³⁰⁵ Jusqu'à maintenant, Facebook, Google, Tik Tok, Twitter ont signé le code de conduite.

³⁰⁶ *Commission européenne*, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions.

³⁰⁷ *Commission européenne*, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions.

³⁰⁸ [Commission européenne, Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social et au Comité des régions relative au plan d'action pour la démocratie européenne.](#)

³⁰⁹ Voir p. ex. *Committee of Ministers*, Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries; *Committee of Ministers*, Recommendation CM/Rec(2018)1 of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13.

³¹⁰ *Wardle/Derakhshan*, Information Disorder.

Intermédiaires et plateformes de communication

désinformation, à adopter des règles qui garantissent la transparence des messages publicitaires sur Facebook et à imposer la publication d'une part minimale d'informations de service public sur les plateformes.

11.1.2 Mesures européennes de lutte contre la désinformation

L'objectif principal de pratiquement tous les instruments de lutte contre la désinformation examinés est d'assurer et de préserver le bon fonctionnement de la démocratie et donc des processus démocratiques libres, transparents et indépendants. Différents points de vue peuvent être distingués.

D'un point de vue civique, la désinformation affecte directement les citoyens en tant que participants aux débats politiques, sociaux et culturels. L'objectif déclaré est de protéger avant tout, et de manière générale, la formation libre et authentique de l'opinion et de la volonté.

La lutte contre la désinformation est aussi un objectif de politique de sécurité. La capacité de fonctionnement et de défense de l'Etat, en tant qu'institution, contre des menaces visant la sécurité intérieure et extérieure est ici au centre des préoccupations lorsque, par exemple, des Etats étrangers mènent des campagnes de désinformation ciblées pour créer des troubles ou le chaos. Dans un tel contexte, il s'agit de maintenir la cohésion sociale et la crédibilité des organes étatiques et d'améliorer la résilience de la population face à la désinformation³¹¹.

Enfin, il existe une série d'autres objectifs, qui sont aussi liés à la lutte contre la désinformation, entre autres la lutte contre la criminalité, la protection de l'environnement, de l'économie et de la santé³¹².

Les mesures de lutte contre la désinformation, discutées au niveau international se répartissent en trois catégories selon les différents destinataires auxquels elles s'adressent: les intermédiaires; les organes de sécurité étatiques; les médias ainsi que les Etats dans le domaine de la qualité des médias et de la compétence médiatique.

11.1.2.1 Exigences et obligations concernant les intermédiaires

Collaboration avec des vérificateurs de faits et des scientifiques

L'une des mesures souvent mentionnées dans les lois ou les recommandations examinées est de contraindre les intermédiaires à collaborer avec des organisations de vérification des faits et de soutenir un réseau indépendant de vérificateurs³¹³. L'objectif de ces coopérations est de mieux comprendre la fausse information et la désinformation numérique ainsi que leurs conséquences politiques et sociales. L'*European Digital Media Observatory* (EDMO), qui réunit des vérificateurs de faits, des experts et des chercheurs, est un exemple de ce type d'organisation.

L'une des exigences est que les intermédiaires coopèrent plus étroitement avec des scientifiques. Les intermédiaires sont invités à soutenir l'échange de fichiers de données privés protégés, la réalisation de travaux de recherche communs ou des partenariats avec des chercheurs et la société civile. Ils ne doivent pas empêcher ni interdire des recherches sérieuses, mais plutôt encourager la recherche sur la désinformation et la publicité à caractère politique³¹⁴.

Mesures économiques

Le Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation contraint les intermédiaires signataires à mieux contrôler les placements de publicité, notamment afin de réduire les recettes

³¹¹ *ibid.* chiff. 7.25

³¹² Voir en lien avec la pandémie de Covid-19 p. ex. *Commission européenne*, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions. Lutter contre la désinformation concernant la COVID-19 – Démêler le vrai du faux. Chiff. 1.

³¹³ Voir p. ex.: *Commission européenne*, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff. II. E.), *France* (Art. 15 des Loi contre la manipulation de l'information), Royaume-Uni (chiff. 7.26 Online Harms White Paper), Italie (chiff. 4 Impegni assunti), pour l'Allemagne l'avis d'experts de *J. Möller/Hameleers/Ferreau*, Typen von Desinformation und Misinformation, chiff. 2.4.4.

³¹⁴ *Commission européenne*, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff. II.E.

Intermédiaires et plateformes de communication

des vecteurs de désinformation³¹⁵. En vertu de ce code, les intermédiaires sont tenus de "déployer des efforts commercialement raisonnables" pour refuser les rétributions de comptes et de sites internet qui diffusent systématiquement de la désinformation. Ils ne devraient pas promouvoir ni évaluer de tels comptes ou sites. Des directives et des procédures appropriées devraient être élaborées par les intermédiaires, en collaboration avec des organisations de vérification des faits.

Systèmes de signalisation et de suppression des contenus et restriction de la visibilité

Une mesure souvent envisagée est d'obliger les intermédiaires à mettre en place des systèmes permettant aux utilisateurs de signaler des contenus de désinformation (voir aussi la mesure correspondante dans le domaine du discours haineux, chapitre 10). Une telle obligation existe déjà ou est en discussion en France (loi infox), en Grande-Bretagne (Livre blanc) et en Allemagne. Le France a également introduit des obligations de suppression sur décision judiciaire en périodes électorales, une mesure qui est aussi discutée actuellement en Allemagne³¹⁶. La Grande-Bretagne ne prévoit pas d'obligation de suppression; les intermédiaires doivent toutefois moins mettre en évidence les contenus de désinformation dont la véracité est contestée par des organisations de vérification des faits.

11.1.2.2 Exigences dans le domaine de la politique de sécurité

Mesures de suivi

La désinformation systématique diffusée par des Etats dans le cadre de campagnes politiques d'influence revêt souvent un caractère beaucoup plus professionnel que la diffusion de fausses informations par des acteurs privés: elle est plus vaste et diffusée sur plusieurs canaux différents; elle est rapide, continue et répétitive, et s'adapte aux différentes technologies et circonstances³¹⁷.

Le plan d'actions de l'UE prévoit de mettre davantage de personnel spécialisé - notamment des experts dans le domaine de l'extraction et de l'analyse des données – à disposition de la Task force East StratCom, chargée de lutter contre les campagnes de désinformation. A l'avenir, cette dernière conclura aussi des contrats avec des services d'observation des médias pour pouvoir couvrir un spectre de sources et de langues plus large et mener davantage de recherches et d'études sur la portée et les effets de la désinformation. Le plan préconise aussi d'investir dans des instruments d'analyse, par exemple des logiciels spécifiques permettent d'analyser, d'ordonner et de traiter de grandes masses de données numériques³¹⁸. En Grande-Bretagne, la Rapid Response Unit, qui réunit des analystes, des scientifiques et des experts dans le domaine des médias et de la numérisation, surveillance en ligne, 24 heures sur 24, les informations et les discussions échangées sur les réseaux sociaux. De manière suivie, l'unité rédige des courriels d'information, des rapports d'analyse et des analyses en temps réel (*live-dashboards*) à l'intention du gouvernement³¹⁹.

Transmission de valeurs et contre-discours

Les mesures de défense les plus courantes contre les campagnes de désinformation sont l'élaboration et la promotion de contre-discours officiels et la communication de valeurs européennes telles que la démocratie, l'Etat de droit, les droits fondamentaux, l'égalité; le renforcement de la résilience de la population constitue aussi une mesure efficace à plus long terme. Pour répondre avec succès à une campagne de désinformation, il est crucial d'apporter des clarifications et de réagir le plus rapidement possible.

³¹⁵ Commission européenne, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff. II.A.

³¹⁶ Voir J. Möller/Hameleers/Ferreau, Typen von Desinformation und Misinformation, p. 72.

³¹⁷ Voir Wardle/Derakhshan, Information Disorder, p. 29ss. ainsi que la déposition du 28 juin 2017 de Constanze Stelzenmüller devant la commission du Sénat américain, U. S. Senate Select Committee on Intelligence .

³¹⁸ Commission européenne, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, p. 6.

³¹⁹ Voir Bartosch, PR Week du 17.10.2018.

Intermédiaires et plateformes de communication

Le plan d'action de l'UE demande la mise en place d'un système d'alerte rapide pour signaler en temps réel les campagnes de désinformation, au moyen d'une infrastructure technologique spécifique. Chaque Etat membre devrait désigner un point de contact. L'UE et ses Etats membres sont par ailleurs invités à intensifier leurs efforts de communication sur leurs valeurs et leurs stratégies³²⁰. Le gouvernement britannique a lancé plusieurs trains de mesures, via la Rapid Response Unit et le National Security Communications:

- Une *SHARE-Checklist* (liste de contrôle) visant à sensibiliser la population à la crédibilité et à la fiabilité d'une information qui circule sur l'internet³²¹.
- Un *FACT project* (projet basé sur des faits concrets) visant à identifier la désinformation et permettant aux autorités de réagir rapidement avec les moyens techniques appropriés. Le but est de renforcer la visibilité des rectificatifs et des contre-discours et de soutenir un débat basé sur les faits³²².
- Un *RESIST-Toolkit* (instrument de contre-attaque), avec lequel les ministères peuvent réagir à la désinformation par des réponses stratégiques et à long terme³²³.

11.1.2.3 Exigences et mesures relatives à la qualité des médias et à la compétence médiatique

Parmi les principes de base de lutte contre la désinformation, on retrouve souvent des recommandations et des mesures qui visent à promouvoir la qualité des contenus d'information journalistiques et à soutenir la branche des médias, le service public des médias, la diversité de l'information, ainsi que la qualité de l'information en général.

Il est recommandé notamment de renforcer le soutien étatique aux médias de service public. La branche devrait également définir et appliquer des normes élevées en matière d'éthique des médias, parler davantage de la désinformation et renoncer à diffuser elle-même des contenus de désinformation³²⁴. De leur côté, les intermédiaires devraient développer des indicateurs d'évaluation efficaces de la fiabilité des informations en ligne, donner, par des moyens techniques appropriés, une meilleure visibilité aux informations pertinentes, authentiques et fiables dans les fils d'actualité et permettre aux utilisateurs de rechercher facilement des positions et des opinions variées³²⁵.

Une mesure fréquemment recommandée concerne l'éducation. En effet, des citoyens compétents sont mieux à même de distinguer une information de qualité de la désinformation. Une telle mesure permettrait de mieux résister à la désinformation et, en même temps, d'inciter les entreprises de médias à produire un journalisme de qualité³²⁶.

Le plan d'action de l'UE contre la désinformation prévoit des campagnes ciblées destinées au public ainsi que des formations destinées aux médias et aux faiseurs d'opinion afin de sensibiliser davantage aux effets négatifs de la désinformation³²⁷. La loi française contre la manipulation des informations (art. 16ss) prévoit diverses modifications de la loi française sur l'éducation afin de compléter les outils actuels d'éducation aux médias, notamment en ce qui concerne la vérification de la fiabilité des informations en ligne. A l'approche des élections de 2017, l'autorité norvégienne Medietilsynet, en coopération avec l'organisation de vérification des faits Faktisks.no et Facebook, a publié un guide destiné à mieux identifier la désinformation³²⁸.

³²⁰ Commission européenne, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, p 7

³²¹ <https://sharechecklist.gov.uk/>

³²² <https://gcs.civilservice.gov.uk/podcasts/fact-countering-misinformation-in-the-media/>

³²³ <https://gcs.civilservice.gov.uk/publications/resist-counter-disinformation-toolkit/>

³²⁴ Wardle/Derakhshan, Information Disorder, p. 82s.

³²⁵ Commission européenne, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff II.D; voir aussi: Online Harms White Paper, chiff. 7.28.

³²⁶ Mariya/Cock Buning, A multi-dimensional approach to disinformation, p. 25.

³²⁷ Commission européenne, Communication conjointe au Parlement européen, au Conseil européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions, p. 11ss

³²⁸ Consultable en ligne sous: <https://www.faktisk.no>

Intermédiaires et plateformes de communication

11.2 Mesures contre la désinformation en Suisse

Dans ses rapports 2016 et 2021 sur la politique de sécurité de la Suisse, le Conseil fédéral reconnaît la dimension politique de la désinformation au sens d'une activité de prise d'influence étatique motivée par des raisons politico-militaires³²⁹. Dans le projet de rapport sur la sécurité politique, il souligne explicitement à l'objectif 4 que: "La formation des opinions doit être libre et se fonder sur des informations transparentes, basées sur des faits et non dénaturées par de la désinformation, des tentatives d'influence ou la propagande de la part d'acteurs étatiques ou agissant pour le compte d'Etats. Vu la hausse des activités visant à influencer ou à désinformer des sociétés et des Etats, il convient d'accorder davantage d'attention à cet aspect. Par conséquent, la Suisse doit utiliser ses moyens de détection précoce et de suivi de la situation aussi afin d'identifier les activités visant à exercer une influence et, au besoin, de prendre des mesures de protection, par exemple en communiquant activement. A cette fin, il est nécessaire de renforcer la collaboration entre les organes fédéraux concernés et avec les cantons, ce qui permettra d'accroître la résilience de la Suisse et de sa population face à ce genre d'activités³³⁰".

Il n'existe pas en Suisse de réglementation applicable spécifiquement aux intermédiaires dans le domaine de la désinformation. La diffusion de la désinformation entre en principe dans le champ de protection de la liberté d'expression au sens de l'art. 16 Cst. et de l'art. 10 CEDH. En effet, la vérité et l'exactitude des déclarations ne sont pas le point de départ, mais le résultat d'un débat public libre. Des vérités reconnues comme telles par la société doivent pouvoir être remises en question³³¹. Dans sa jurisprudence, le Tribunal fédéral défend également le principe selon lequel chaque personne doit pouvoir entendre toutes les opinions et informations et ainsi se forger sa propre opinion dans la libre confrontation de toutes les déclarations³³². Cet échange est néanmoins soumis aux limites imposées par les dispositions générales définies à l'art. 36 Cst. et à l'art. 10, chif. 2 CEDH (base légale suffisamment précise, intérêt public ou protection de droits fondamentaux de tiers, proportionnalité), par exemple en cas d'atteinte aux droits de la personnalité sous forme de diffamations ou de calomnies. Une restriction légalement fondée de la désinformation est aussi envisageable lorsque la sécurité et l'ordre publics sont affectés³³³. Dans les déclarations commerciales, les fausses informations peuvent plus facilement être limitées, car ces déclarations bénéficient d'un degré de protection des droits fondamentaux moins élevé. L'interdiction de la publicité mensongère en tant que forme de concurrence déloyale est moins problématique, puisque l'objectif n'est pas de garantir un débat libre, mais d'assurer le bon fonctionnement de la concurrence³³⁴. Des règles spécifiques s'appliquent par contre aux domaines particulièrement sensibles de la formation de l'opinion – tels que les émissions d'information à la radio et à la télévision (principe d'objectivité, art. 93, al. 2, Cst. et art. 4, al. 2; LRTV) – et de la formation de l'opinion politique (voir chapitres 2.1 et 3.3)³³⁵.

En 2017, le Conseil fédéral a décidé qu'il n'était pas nécessaire d'édicter de nouvelles prescriptions pour lutter contre la désinformation, tout en affirmant vouloir suivre attentivement l'évolution de la situation en Suisse et à l'étranger³³⁶. Il est apparu depuis que les recherches dans ce domaine ne sont possibles pratiquement que sur Twitter, les autres intermédiaires refusant l'accès aux données dont les chercheurs ont besoin. Le déficit de connaissances sur la désinformation reste donc important.

³²⁹ *Conseil fédéral suisse*, La politique de sécurité de la Suisse.

³³⁰ *Conseil fédéral suisse*, La politique de sécurité de la Suisse, p. 26.

³³¹ Voir *Schefer/Cueni*, *Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht*, p. 15fs; *Cueni*, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019, 3, S. 4f; *Schefer*, *Kommunikationsgrundrechte*, 1413-1452, Rz. 88f.

³³² Voir p. ex. ATF 135 I 292, E. 4.1, p. 296. Dans sa jurisprudence sur l'art. 261^{bis} CP, le Tribunal fédéral constate: "Dans les débats publics, il n'est souvent pas possible de faire d'emblée la différence entre critiques fausses, à moitié vraies et justifiées". (ATF 131 IV 23, E. 3.1, p. 28); *Schefer*, *Kommunikationsgrundrechte*, 1413-1452, Rz. 89; *Cueni*, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019, 3, p. 12.

³³³ Voir TF 1P.336/2005 (20 septembre 2005), E. 5.3; CEDH, *Mouvement raëlien suisse contre Suisse* (13 juillet 2012), 16354/06

³³⁴ Voir à ce sujet: *Cueni*, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019, 3, p. 8ss.

³³⁵ *Cueni*, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019, 3, p. 11ss

³³⁶ *Conseil fédéral suisse*, *Cadre juridique pour les médias sociaux, nouvel état des lieux*, p. 52

Intermédiaires et plateformes de communication

11.3 Autorégulation par les intermédiaires: mesures de lutte contre la désinformation

Pour les intermédiaires se pose tout d'abord la question de la définition de la désinformation, ou des différentes formes de désinformation dans leur règlement interne, puis de l'identification de contenus concrets de désinformation. De manière générale, lorsque des contenus illégaux ou indésirables violent leurs règles internes, les intermédiaires réagissent en les supprimant ou, en cas de récurrence, en bloquant les comptes des utilisateurs responsables. Ils peuvent aussi appliquer des mesures moins strictes en restreignant la visibilité des contenus incriminés ou en publiant des mises en garde sur des contenus potentiellement dérangeants ou inappropriés.

Des plateformes, notamment Twitter et Instagram, signalent de plus en plus par un message d'avertissement des contenus potentiellement dangereux. L'utilisateur qui souhaite voir le contenu doit d'abord cliquer sur l'avertissement. Instagram, qui est basé sur des vidéos et des photos, utilise cet outil principalement pour masquer des contenus à caractère sexuel et choquants. Les services basés sur des messages, comme Twitter, recourent aussi cette pratique pour signaler des contenus politiques. Ils l'ont notamment fait à la suite des élections américaines et des fausses déclarations de Donald Trump sur le résultat du scrutin.

Pour la Suisse, les intermédiaires ne publient pas ou publient peu de données sur le nombre de suppressions de contenus ou de blocages de comptes, sur le nombre de signalements, ni sur le nombre de personnes, organisations ou réseaux qui diffusent de la désinformation.

Dans de nombreux pays, dont la Suisse, les plateformes travaillent avec des vérificateurs de faits. En Suisse, Facebook, par exemple, coopère avec l'Agence France Presse pour les contenus en français et avec la Deutsche Presse-Agentur pour les contenus en allemand; il n'existe actuellement aucune coopération de ce type pour les contenus en italien³³⁷. En règle générale, les déclarations des personnalités politiques sont exclues du processus de vérification, car la population est censée se faire sa propre opinion sur ce qui semble crédible ou non. Facebook lutte contre la désinformation de plusieurs manières, en fonction du risque que le contenu peut présenter. Les différentes formes de discours haineux sont considérées comme dangereuses, tout comme les réseaux conspirationnistes liés à des actes de violence ou les stratégies numériques visant à entraver la participation à des élections. Les "comportements inauthentiques coordonnés" sont également considérés comme présentant un risque. Facebook entend par là des réseaux de faux comptes qui diffusent de la désinformation pour atteindre un objectif souvent politique ("*coordinated efforts to manipulate public debate for a strategic goal where fake accounts are central to the operation*")³³⁸. Ces contenus sont supprimés. Les autres formes de désinformation, souvent signalées par les vérificateurs de faits, sont jugées moins risquées. Il en va de même des "spammers", à savoir des comptes qui présentent une activité nettement supérieure à la moyenne³³⁹. Les contenus provenant de ces comptes ne sont pas supprimés, mais leur portée est réduite au moyen de messages d'avertissement (voir ci-dessus). Ils posent certes problème, mais ne violent pas les normes communautaires. YouTube restreint certains contenus qualifiés de "borderline contents", soit, par exemple, des vidéos qui vantent un remède miracle pour des maladies graves, prétendent que la terre est plate ou colportent de fausses affirmations sur des événements historiques³⁴⁰. Twitter applique des directives similaires³⁴¹. Le dernier pilier de la stratégie de Facebook est axé sur l'information et vise à promouvoir l'éducation aux médias numériques auprès des utilisateurs.

Dans le contexte de la pandémie de Covid-19 ou d'autres domaines sensibles, par exemple des élections, Twitter, YouTube et Facebook ont inséré dans plusieurs contenus un lien renvoyant à des sources fiables. Ces plateformes ont aussi mis en place des pages spécifiques qui fournissent

³³⁷ Facebook, Remove, reduce, inform: New steps to manage problematic content, <https://about.fb.com/news/2019/04/remove-reduce-inform-new-steps/>.

³³⁸ Facebook, April 2021 coordinated inauthentic behavior report, <https://about.fb.com/news/2021/05/april-2021-coordinated-inauthentic-behavior-report/>.

³³⁹ Ben-David/Fernández, International Journal of Communication 10 (2016), p. 27.

³⁴⁰ YouTube Official Blog, Continuing our work to improve recommendations on YouTube, <https://blog.youtube/news-and-events/continuing-our-work-to-improve>.

³⁴¹ Twitter, About specific instances when a Tweet's reach may be limited, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-reach-limited>.

Intermédiaires et plateformes de communication

des informations provenant de sources dignes de confiance (*trusted sources*). En Suisse, l'Office fédéral de la santé publique constitue une source fiable sur le Covid-19, par exemple.

Indépendamment de ces activités, deux problèmes demeurent. D'une part, l'efficacité réelle des mesures prises reste largement incertaine. Durant le seul mois de février 2021, plus de 30'000 messages contenant de fausses informations sur la vaccination contre Covid-19 ont certes été supprimés sur Facebook et Instagram³⁴². Cependant, ce chiffre ne dit rien sur le nombre total de messages diffusant de la désinformation sur ce sujet. On ne sait pas non plus dans quelle mesure cette démarche est durable: les régulateurs de pays comme la Lituanie ou la Slovaquie se sont plaints notamment du fait que des comptes problématiques n'étaient pas supprimés ou qu'ils réapparaissent peu de temps après leur suppression sous un nom similaire, sans que les plateformes prennent à nouveau des mesures à leur encontre³⁴³. Le problème est aussi exacerbé par le fait que de nombreux pays européens, dont la Suisse, sont multilingues. L'efficacité de l'action des plateformes contre la désinformation varie selon les langues et les pays, car la performance des systèmes utilisés dépend aussi du volume des fichiers de données sous-jacents.

12 Gouvernance en matière de contrôle démocratique et de transparence

Les mesures prises par les différents pays européens et de l'Union européenne dans le domaine du contrôle démocratique et de la transparence vont des simples recommandations jusqu'aux dispositions juridiquement contraignantes. Toutes visent à renforcer la position des utilisateurs face aux plateformes. Plusieurs pays imposent des obligations particulières aux intermédiaires en périodes d'élections.

12.1 Mesures prises en Europe en matière de règles de communication et de garanties de procédure

12.1.1 Interdiction de discrimination envers certains contenus et acteurs

En Allemagne, le Traité d'Etat sur les médias (Medienstaatsvertrag) interdit aux intermédiaires d'entraver, de manière systématique ou injustifiée, la publication de contenus journalistiques rédactionnels. Cette interdiction a pour but d'empêcher que les intermédiaires abusent de leur influence pour donner moins de visibilité aux contenus journalistiques, et par conséquent menacer le pluralisme des opinions.

L'Italie a introduit une disposition similaire lors des élections européennes de 2019. Dans l'initiative d'autorégulation initiée par l'autorité italienne de réglementation, l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), les intermédiaires signataires s'engagent à garantir, impartialement, équitablement et aux mêmes conditions, l'accès aux moyens d'information et de communication à tous les acteurs de manière non discriminatoire et transparente.

12.1.2 Opting-out et évaluation des risques

Le projet de législation sur les services numériques (chapitres 9.1.1 et 9.1.1.2) demande aux grands intermédiaires non seulement de garantir la transparence sur les principaux paramètres de leurs systèmes de recommandation (chapitre 12.2.1) et de présenter toutes les options permettant de modifier ou d'influencer ces paramètres, mais aussi de proposer au moins une option qui n'est pas fondée sur le profilage³⁴⁴.

En outre, les grands intermédiaires sont tenus de prendre en compte les risques systémiques de leurs systèmes de recommandation dans le cadre d'une évaluation annuelle et de le faire examiner par un

³⁴² ERGA SG3, ERGA Interim Report on Monitoring of the COVID19 Disinformation, p. 9.

³⁴³ ERGA SG3, ERGA Interim Report on Monitoring of the COVID19 Disinformation, p. 10.

³⁴⁴ Par profilage, on entend la collecte d'informations sur le comportement en ligne des utilisateurs afin de créer un profil de leurs intérêts, préférences et habitudes d'achat. En fonction des profils, des publicités ciblées sont ensuite adressées aux utilisateurs. Le profilage est un développement des études classiques de segmentation démographique menées par les spécialistes du marketing publicitaire. En comparaison, le profilage est moins coûteux, permet de collecter davantage de données et promet un impact plus important. (Steindl, Mich. Telecomm. & Tech. L. Rev. 17 (2010), 459).

Intermédiaires et plateformes de communication

audit indépendant³⁴⁵. Par risques systémiques des plateformes, le projet entend notamment les éventuels effets négatifs sur la liberté d'expression ou sur l'interdiction de discrimination, la diffusion de contenus illicites, la manipulation intentionnelle des plateformes ou les éventuels effets prévisibles sur la protection de la santé publique.

12.1.3 Possibilités de recours et garanties de procédure

Plusieurs recommandations et instruments de réglementation (p. ex. Conseil de l'Europe, UE, FR, BE) exigent que les intermédiaires mettent des possibilités de recours à disposition des utilisateurs dont ils ont supprimé le contenu. Les utilisateurs doivent également être informés de la décision et des motifs, et pouvoir contester la décision par voie électronique. Il en va de même pour les utilisateurs ayant signalé des contenus qui n'ont pas été supprimés.

12.2 Mesures en matière de transparence en Europe

12.2.1 Transparence des règles de communication et des critères de sélection

Le projet de législation sur les services numériques (voir chapitre 9.1.1) prévoit que les grands intermédiaires décrivent, dans leurs conditions générales, les principaux paramètres de leurs systèmes de recommandation de manière claire, accessible et simple. Le Medienstaatsvertrag allemand exige la même chose. Les intermédiaires doivent indiquer de manière facilement compréhensible et dans un langage clair les critères centraux d'après lesquels les contenus sont agrégés, sélectionnés, présentés et pondérés. Les règles de communication dans les lignes directrices de la communauté devraient être plus transparentes et mentionner selon quels critères un contenu peut être considéré comme inadmissible et donc supprimé³⁴⁶. Cette exigence inclut aussi des informations sur le fonctionnement des algorithmes. Le but de ces dispositions est d'une part de permettre aux utilisateurs de savoir quels contenus sont autorisés et lesquels ne le font pas, et comment ceux-ci sont hiérarchisés afin de créer une certaine sécurité juridique. D'autre part, les utilisateurs, comme les autorités de régulation, doivent avoir la possibilité d'identifier d'éventuels surblocages.

12.2.2 Transparence en matière de publicité politique

La future législation sur les services numériques, la directive SMA (pour les plateformes de partage de vidéos) ainsi que plusieurs pays européens prévoient des obligations de transparence en matière de publicité politique sur les réseaux sociaux. Dans le domaine de la publicité politique spécialement, le législateur a le devoir de lutter contre les mensonges et les distorsions de la concurrence politique et du processus de formation de l'opinion. L'UE³⁴⁷, la Grande-Bretagne³⁴⁸, la France (à l'approche d'élections)³⁴⁹ et l'Italie³⁵⁰, par exemple, connaissent ou proposent de telles règles. En Allemagne, un rapport d'experts a été réalisé sur mandat des autorités de régulation des Länder³⁵¹.

12.2.3 Identification ou interdiction de bots et fermeture des faux comptes

Le Code de bonnes pratiques de l'UE demande aux intermédiaires d'intensifier leurs efforts de fermeture de faux comptes. Il recommande d'établir des systèmes et des règles claires pour que les bots automatisés soient identifiés comme tels et que leurs activités ne puissent pas être confondues avec des interactions humaines. Les intermédiaires doivent publier ces lignes directrices³⁵².

Plusieurs pays prévoient des mesures semblables. En Grande-Bretagne, les intermédiaires devraient être obligés à l'avenir d'indiquer que des bots sont utilisés et de prendre des mesures de protection

³⁴⁵ Législation sur les services numériques (projet) art. 26 à 29

³⁴⁶ Voir §93 Medienstaatsvertrag.

³⁴⁷ *Commission européenne*, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff. II.B.

³⁴⁸ *Department for Digital, Culture, Media & Sport*, Online Harms White Paper, chiff. 7.26.

³⁴⁹ Art. 1, al. 1 et 2 de la loi contre la manipulation de l'information.

³⁵⁰ *Impegni assunti*, chiff. 2.

³⁵¹ *J. Möller/Hameleers/Ferreau*, Typen von Desinformation und Misinformation, p. 70.

³⁵² *Commission européenne*, Code de bonnes pratiques contre la désinformation, chiff. II.C.

Intermédiaires et plateformes de communication

contre la diffusion automatique de contenus abusive³⁵³. En Italie, ils sont déjà tenus de prendre des mesures contre les bots et d'en informer l'autorité de régulation des médias AGCOM³⁵⁴. Le "Medienstaatsvertrag" allemand prévoit également une obligation de signaler l'utilisation de bots (§18, al. 3); une expertise réalisée à la demande des autorités de régulation des Länder recommande, quant à elle, d'interdire l'utilisation de certains bots pour empêcher la diffusion de propagande³⁵⁵.

12.3 Mesures relatives au contrôle démocratique et à la non-transparence prises en Suisse

La Suisse n'a pas de mesures concernant les règles de communication et les garanties de procédure sur les plateformes; elle n'a pas non plus introduit de mesures relatives à la transparence dans l'utilisation de bots. En ce qui concerne la publicité commerciale par contre, certaines prescriptions s'appliquent aussi aux intermédiaires.

La loi fédérale contre la concurrence déloyale (LCD) oblige les intermédiaires à signaler la publicité³⁵⁶. En cas d'infraction, une plainte peut être déposée contre un fournisseur en tant que partie devant un tribunal civil (p. ex. action en cessation, voir art. 9ss LCD); en revanche, une violation de la clause générale de l'art. 2 LCD n'est pas punissable. Vu que l'action en cessation au sens de la LCD, comme dans le droit de la personnalité selon l'art. 28ss CC (chapitre 9.2.2), ne requiert pas de faute, les intermédiaires pourraient être contraints de supprimer un contenu même sans connaissance concrète préalable de son existence³⁵⁷.

Il n'existe pas d'exigences légales en ce qui concerne le signalement ou la transparence de la publicité à caractère politique sur l'internet. Par conséquent, en Suisse, les intermédiaires n'appliquent pas les normes de transparence et de signalement relatives à la publicité politique. Certains (p. ex. Facebook) offrent néanmoins la possibilité aux acteurs qui diffusent de la publicité à caractère politique sur leurs sites de la signaler volontairement.

Ces dernières années, en référence au Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation³⁵⁸, plusieurs intermédiaires ont par ailleurs commencé à fournir des informations sur les annonceurs, sur les contenus et la durée de la publicité ainsi que sur les montants investis (chapitre 11.1.1.1). Alors qu'il est possible de rechercher dans la "bibliothèque publicitaire" de Facebook³⁵⁹ des annonces publicitaires politiques provenant de Suisse, YouTube n'indique pas si une publicité vient de Suisse. En règle générale, aucun rapport contenant des données agrégées sur la publicité commerciale et politique n'est publié pour la Suisse, contrairement à d'autres pays européens.

12.4 Autorégulation par les intermédiaires: mesures prises dans le domaine du contrôle démocratique et de la non-transparence

Sur les différentes plateformes, l'identification des contenus non autorisés et non souhaités repose en partie sur des signalements faits par des tiers. Les intermédiaires analysent aussi de manière proactive les contenus de leurs utilisateurs pour détecter d'éventuelles violations de leur règles internes. Des rapports de transparence sont régulièrement publiés, notamment sous la pression de la Commission européenne (chapitre 12.4.2.2). Dans la plupart des cas, cette procédure ne concerne pas la publicité commerciale et politique, qui n'est parfois même pas indiquée comme telle par les plateformes (chapitre 12.4.2.1). Quelques intermédiaires ont aussi mis en place des procédures de réclamation et de vérification qui permettent aux utilisateurs de se défendre par exemple contre ce qu'ils considèrent

³⁵³ Department for Digital, Culture, Media & Sport, Online Harms White Paper, chiff. 7.28.

³⁵⁴ Voir Impegni assunti.

³⁵⁵ J. Möller/Hameleers/Ferreau, Typen von Desinformation und Misinformation, p. 71 et 74-75.

³⁵⁶ Le principe de transparence dans la publicité découle de la clause générale de l'art. 2 LCD; voir aussi la règle B.15 de la Commission suisse pour la loyauté.

³⁵⁷ Voir entre autres Conseil fédéral suisse, La responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p 37ss

³⁵⁸ Commission européenne, Code de bonnes pratiques contre la désinformation.

³⁵⁹ [Bibliothèque publicitaire \(facebook.com\)](https://www.facebook.com/bibliothèquepublicitaire)

Intermédiaires et plateformes de communication

comme des suppressions injustifiées (chapitre 12.4.1.1). Certaines soutiennent aussi des mesures dans le domaine de l'éducation aux médias numériques (chapitre 12.4.3).

12.4.1 Mesures relatives aux garanties de procédure

12.4.1.1 Procédure de réclamation et de vérification

Etant donné que les intermédiaires utilisent de plus en plus des outils automatisés pour repérer les contenus non autorisés et préjudiciables, la suppression, elle-même automatisée, a lieu en même temps que le repérage. Il est donc essentiel d'introduire des procédures qui permettent aux utilisateurs sanctionnés de demander une vérification, d'autant plus que le nombre de contenus supprimés à tort (faux positifs) est potentiellement plus important avec des processus automatisés qu'avec un vérificateur humain. Seuls quelques intermédiaires (Facebook et Google/YouTube) ont introduit des procédures de ce type; par contre, aucune réclamation contre une suppression n'est possible chez Twitter et TikTok.

La communication avec les utilisateurs est parfois problématique. Par exemple, les intermédiaires ne motivent pas, ou seulement de manière très générale, leurs décisions de supprimer des contenus ou de bloquer des comptes d'utilisateurs. Ils indiquent simplement avoir constaté que l'utilisateur a violé les lignes directrices de la communauté, sans préciser exactement quelle disposition est visée. Les motifs de rejet des réclamations contre la suppression de contenus sont parfois tout aussi sommaires. Et encore faut-il que cette possibilité existe. En effet, tous les intermédiaires ne prévoient pas de telles procédures.

12.4.2 Mesures relatives à la transparence

12.4.2.1 Publicité politique

Les normes de signalement et de transparence diffèrent d'une plateforme à l'autre et sont souvent propres à chaque pays. Les plateformes ne définissent pas les contenus et annonces politiques de la même manière. Facebook, dans certains pays, qualifie par exemple de politique des thèmes sociaux (p. ex. le racisme), même si ces thèmes n'ont en soi rien à faire avec une campagne politique. Des normes plus précises seraient nécessaires (p. ex. informations sur les annonceurs et les critères de diffusion des publicités, montants investis ou enregistrement des publicités dans des banques de données sur la transparence, au-delà du seul enregistrement de la durée de la publicité). Tout d'abord saluée comme une avancée positive par les milieux de la recherche, les médias et l'administration, la "bibliothèque publicitaire" (*Ad-Library*) mise en place par Facebook, et qui est sensée cataloguer la publicité politique pour certains pays, fait désormais l'objet de critiques de fonds. Les milieux intéressés relèvent principalement qu'elle est incomplète, que son utilisation est non transparente et son accès lacunaire, que des milliers de fichiers ont été à plusieurs reprises supprimés à cause d'un archivage incorrect de la part de Facebook et que le projet repose sur une définition unilatérale de la publicité à caractère politique³⁶⁰.

12.4.2.2 Mesures relatives à la publication de rapports

Beaucoup d'intermédiaires ont commencé depuis 2018 à prendre des mesures de transparence relatives à la modération des contenus et à la publicité commerciale et politique, notamment en réponse aux pressions de la Commission européenne et à sa "Recommandation relative à des mesures visant à lutter efficacement contre le contenu illicite en ligne"³⁶¹.

Désormais, les grands intermédiaires, comme Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ou encore TikTok, publient régulièrement des rapports sur la transparence dans lesquels ils exposent leur manière de traiter les contenus illicites et non souhaités. Ils y indiquent le nombre et le type de contenus supprimés ainsi que le nombre de réclamations, toutefois avec une qualité très variable

³⁶⁰ Sosnovik/Goga 2021, Silva et al., Facebook ads monitor: an independent auditing system for political ads on Facebook, 224, R. Smith, The UK election showed just how unreliable Facebook's security system for elections really is, <https://www.buzzfeednews.com/article/rorysmith/the-uk-election-showed-just-how-unreliable-facebooks>.

³⁶¹ Commission européenne, Recommandation de la Commission du 1.3.2018 relative à des mesures visant à lutter efficacement contre le contenu illicite en ligne.

Intermédiaires et plateformes de communication

et sur la base de ciblage et de définitions différentes des contenus problématiques. Un rapport de l'Institute for Future Media and Journalism, rédigé sur mandat des autorités de régulation irlandaises ([Broadcasting Authority of Ireland](#) BAI), conclut que l'engagement des plateformes est variable et inégal³⁶². Il situe les plus grandes lacunes dans l'indication des contenus fiables. De plus, il relève que les plateformes ne préparent pas les données de manière adéquate: des données par pays relatives à l'application des règles de la plateforme (*Community-Standards*) ne sont pas disponibles. Les données relatives à la publicité politique ne sont communiquées que pour certains pays, mais pas pour la Suisse, par exemple³⁶³. Alors que certains pays obtiennent des données spécifiques sur la publicité politique, cette option n'existe pas pour la Suisse³⁶⁴. Les informations par pays fournies par Google et Facebook sur la Suisse sont généralement peu consistantes; elles ne comprennent que les messages relevant du droit pénal, et pas les suppressions pour infractions aux règles de la communauté³⁶⁵. D'autres intermédiaires ne publient aucune donnée. Une évaluation de la situation et donc un débat politique sur des phénomènes tels que le discours haineux ou la désinformation sont difficiles, voire impossibles, d'autant plus que les intermédiaires ont aussi largement restreint l'accès des milieux scientifiques aux données utiles. Sous la pression de l'Union européenne, ils mettent certes certaines données à la disposition d'équipes de recherche sélectionnées. Ces restrictions ne facilitent pas la recherche sur des questions spécifiques, liées à la Suisse.

Les rapports transparence publiés par YouTube et Facebook laissent à penser que le recours accru à la technologie automatisée conduit à une forte augmentation de contenus supprimés à tort. Le pourcentage de réclamations reste certes stable: seuls 2 à 3% des utilisateurs contre qui YouTube a pris des mesures se sont plaints. Toutefois, la proportion de vidéos qui ont été réactivées après une réclamation a doublé en moins d'une année, passant de 20 à 40%. Aucun chiffre sur la Suisse n'est cependant disponible.

Se référant au Code européen de bonnes pratiques contre la désinformation, les grands intermédiaires ont aussi fait des efforts supplémentaires dans le domaine de la transparence de la publicité ces dernières années. Comme préconisé dans le code, Twitter, Facebook et YouTube ont pris des mesures spécifiques aussi bien dans le domaine de la publicité commerciale que dans celui de la publicité politique. Facebook et YouTube ont notamment mis en ligne des "bibliothèques publicitaires" (*Ad Libraries*). Ces listes contiennent le nom des annonceurs ainsi que des informations sur le contenu de la publicité, sa durée et son coût. Sur YouTube, les données ne portent que sur la publicité politique³⁶⁶, alors que la "bibliothèque" de Facebook comprend aussi la publicité commerciale³⁶⁷. YouTube ne fournit pas de données pour la Suisse, contrairement à Facebook qui permet au moins de rechercher des annonces publicitaires politiques provenant de Suisse.

12.4.2.3 Mesures relatives à l'accès aux données dans des buts scientifiques

Pour la recherche, il est indispensable de pouvoir accéder aux données des plateformes afin de relever, d'examiner et de classer des phénomènes tels que la désinformation ou le discours haineux; des études scientifiques permettent en effet de jeter les bases pour les décisions politiques en lien avec la gouvernance des plateformes numériques. Cette nécessité se heurte à l'attitude des exploitants de plateformes qui, ces dernières années, ont fortement restreint, voire totalement bloqué ou réaménagé, l'accès à leurs services, en réaction entre autres au scandale Cambridge Analytica³⁶⁸.

³⁶² *Teeling/Niahm*, Codecheck: a review of platform compliance with the EC Code of Practice on Disinformation.

³⁶³ Tant YouTube (<https://transparencyreport.google.com/political-ads/home?hl=en>) que Facebook (<https://www.facebook.com/ads/library/report>) n'établissent pas de rapports de transparence sur la publicité à caractère politique en Suisse.

³⁶⁴ YouTube fournit des données spécifiques pour les 29 pays suivants: Allemagne, Arabie Saoudite, Argentine, Bangladesh, Brésil, Canada, Colombie, Corée du Sud, Egypte, Emirats Arabes Unis, Espagne, Etats-Unis, France, Inde, Indonésie, Irak, Italie, Japon, Malaisie, Mexique, Maroc, Pakistan, Pérou, Philippines, Royaume-Uni, Russie, Thaïlande, Turquie, Ukraine, Vietnam.

³⁶⁵ [Content Restrictions - CH \(facebook.com\)](#); [Behördliches Ersuchen um Entfernung von Inhalten – Google Transparenzbericht](#)

³⁶⁶ [Publicité à caractère politique sur Google – rapport de transparence de Google](#)

³⁶⁷ Bibliothèque publicitaire ([facebook.com](https://www.facebook.com/ads/library))

³⁶⁸ L'entreprise d'analyse de données Cambridge Analytica était parvenue au moyen de méthodes douteuses à accéder à plus de 50 millions de profils d'utilisateurs de Facebook; ces profils ont été évalués selon des critères psychographiques dans le but d'adresser des messages ciblés, entre autres lors de la campagne électorale de Donald Trump de 2016. (*Süddeutsche Zeitung*, *Süddeutsche Zeitung* du 20.03.2018).

Intermédiaires et plateformes de communication

En conséquence, il y a davantage de travaux sur les plateformes plus ouvertes à la recherche scientifique, alors que, pour les autres, plus réticentes à la divulgation de leurs données, le nombre d'études est proportionnellement faibles. Le tableau dont disposent l'administration et la politique apparaît donc hétéroclite et déséquilibrée, par exemple en ce qui concerne la diffusion de la désinformation et du discours haineux par les nouveaux intermédiaires.

Un rapport publié en 2020 présente les approches très divergentes et résume clairement le problème pour la science et la politique³⁶⁹. Avec son initiative Social Science One, Facebook est actuellement la plateforme qui répond le mieux aux demandes de la communauté scientifique. L'organisation faitière indépendante de Facebook est basée à l'Université de Harvard et sert de lien entre la plateforme et les chercheurs. Malgré le caractère exemplaire de l'initiative, l'accès aux données reste difficile, et leur qualité est mise en doute. En revanche, l'accès aux données de Twitter via l'interface de programmation fournie par la plateforme est beaucoup plus aisé, même si depuis 2018 Twitter a réduit substantiellement le volume de données disponibles³⁷⁰. De son côté, Google n'offre pas de données compilées ni d'outils pour y accéder – comme Social Science One de Facebook, ni d'interface comme sur Twitter. Les difficultés d'accès ainsi que la quantité et la qualité insuffisantes des données empêchent actuellement toute recherche systématique sur les aspects positifs et négatifs des nouveaux intermédiaires³⁷¹. Le rapport de l'Institute for Future Media and Journalism, réalisé sur mandat du régulateur irlandais Broadcasting Authority of Ireland, conclut que, globalement, l'accès aux plateformes pour les institutions de recherche et les universités est sporadique et largement insuffisant pour mener des recherches systématiques dans des domaines tels que la désinformation³⁷².

De pareilles lacunes sont constatées dans les archives publicitaires des plateformes. En raison des limitations d'accès et de la qualité insuffisante des données, la recherche ne peut pas broser de tableau plus précis des activités publicitaires et des campagnes de désinformation³⁷³.

12.4.3 Mesures relatives à la formation

Quelques intermédiaires ont investi dans des programmes d'éducation aux médias numériques. Aux Etats-Unis, Google, Facebook et TikTok promeuvent l'initiative MediaWise, de l'Institut Poynter³⁷⁴, qui cible différents groupes d'âge avec des contenus spécifiques. Facebook a aussi créé sa propre "bibliothèque d'alphabétisation numérique³⁷⁵" (*Digital literacy library*) sous la forme d'une plateforme proposant des modules au corps enseignant. YouTube utilise régulièrement sa plateforme pour tester, sur des utilisateurs spécifiques, la réaction à de nouvelles fonctionnalités ou éléments de commande. Un test mené en avril 2021 a permis de promouvoir l'éducation aux médias numériques à travers des conseils donnés dans un clip précédant la vidéo proprement dite³⁷⁶.

13 Mesures envisageables de la Suisse relatives à l'application du droit vis-à-vis des intermédiaires étrangers

13.1 Droit applicable vis-à-vis des intermédiaires étrangers

En vertu du principe de territorialité, le législateur suisse ne peut édicter le droit que pour son territoire³⁷⁷. Cependant, il n'est pas exclu que le droit de la Suisse, en tant qu'Etat de destination ou

³⁶⁹ Landesanstalt für Medien NRW, Desinformation, Fake-Accounts und politische Werbung: Die Grenzen der Selbstverpflichtungen von Facebook, Google und Twitter.

³⁷⁰ Perriam/Birkbak/Freeman, International Journal of Social Research Methodology 23 (2020), 277.

³⁷¹ Landesanstalt für Medien NRW, Desinformation, Fake-Accounts und politische Werbung: Die Grenzen der Selbstverpflichtungen von Facebook, Google und Twitter.

³⁷² Teeling/Niahm, Codecheck: a review of platform compliance with the EC Code of Practice on Disinformation.

³⁷³ Landesanstalt für Medien NRW, Desinformation, Fake-Accounts und politische Werbung: Die Grenzen der Selbstverpflichtungen von Facebook, Google und Twitter.

³⁷⁴ Poynter, MediaWise, <https://www.poynter.org/mediawise/>.

³⁷⁵ Facebook, Digital literacy library, <https://www.facebook.com/safety/educators>.

³⁷⁶ YouTube, YouTube test features and experiments, <https://support.google.com/youtube/thread/18138167/youtube-test-features-and-experiments?hl=en>.

³⁷⁷ Avis du Conseil fédéral sur l'interpellation Grüter 17.3751 du 22.11.2017; Avis du Conseil fédéral sur la motion Levrat 16.4082 du 15.2.2017.

Intermédiaires et plateformes de communication

lieu de "résultat", soit applicable (principe d'effet et de localisation du marché), en particulier en droit pénal et dans le domaine de la protection de la personnalité³⁷⁸. Le règlement général de l'UE sur la protection des données et la nouvelle loi suisse sur la protection des données sont applicables en vertu du principe d'effet aux entreprises étrangères lorsque le traitement de leurs données déploie des effets dans l'UE ou en Suisse³⁷⁹. Il en ira de même pour la future législation sur les services numériques qui s'adresse, indépendamment de l'Etat de domicile de l'entreprise, à tous les fournisseurs qui offrent des services à des citoyens de l'UE (chapitre 9.1.1). La loi totalement révisée sur la protection des données (LPD) prévoit dorénavant que les entreprises privées domiciliées à l'étranger qui traitent des données aient l'obligation de désigner une représentation en Suisse lorsque le traitement des données est en rapport avec l'offre de biens ou de services ou le suivi du comportement de personnes en Suisse et que le traitement présente un risque élevé pour la personnalité des personnes concernées (art. 14. al. 1. nLPD). Cette représentation servira notamment de point de contact pour les personnes concernées et le PFPDT (art. 14, al. 2, nLPD). Depuis 2016, la loi suisse sur le cinéma introduit en outre une obligation d'annoncer les visionnements payants de films à laquelle sont aussi soumises des entreprises ayant un siège à l'étranger pour autant qu'elles s'adressent à un public suisse³⁸⁰. D'autres projets de lois récents prévoient également une application extraterritoriale du droit³⁸¹. Dans l'avant-projet de nouvelle loi fédérale sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo, le Conseil fédéral relève que, dans des situations transfrontalières, une norme peut avoir une incidence à l'étranger et déployer ses effets en dehors du territoire suisse³⁸².

13.2 Application du droit vis-vis des intermédiaires étrangers

Les principes de territorialité et du pays d'origine prévoient également que les autorités suisses ne peuvent agir à titre souverain que sur leur propre territoire. Les obligations légales d'acteurs étrangers, même avec une base légale appropriée, ne sont donc pas directement applicables. L'entraide judiciaire est nécessaire (chapitre 10.2.3)³⁸³. Parallèlement, des actions civiles sont aussi possibles en Suisse³⁸⁴. Tant dans le cadre de la responsabilité civile que dans celui de la responsabilité pénale, il peut s'avérer cependant difficile de poursuivre effectivement des intermédiaires domiciliés à l'étranger (voir chapitre 10.2.3)³⁸⁵.

Sur le plan juridique, les interdictions en vigueur sont les mêmes que celles qui s'appliquent à la sphère publique "analogique": les injures ou la discrimination raciale ne sont pas plus autorisées en ligne que "hors ligne" dans un espace physique. Toutefois, la Suisse ne connaît pas de restrictions particulières régissant la sphère publique numérique. Dans de nombreux cas, l'application des dispositions légales existantes s'avère difficile (chapitre 9.1.1). Les plateformes de communication demeurent encore provisoirement dans de nombreux cas de facto un "espace en dehors de l'application de la loi", sur lequel des propos illicites peuvent être dits et diffusés impunément. Lorsqu'il existe des règles équivalentes dans le droit suisse et de l'UE, applicables à des acteurs européens et extra-européens (p. ex. la législation sur les services numériques, chapitre 9.1.1), la Suisse peut profiter d'une application de la législation par l'UE et les Etats membres de l'UE. Afin d'améliorer l'application de la loi à l'encontre des entreprises non européennes, le projet européen de législation sur les services numériques prévoit, par exemple, l'obligation de désigner un représentant légal

³⁷⁸ *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 224.

³⁷⁹ *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 225. Le principe d'effet selon l'art. 3, al. 1, nLPD est applicable pour les dispositions de droit public de la nLDP (p. ex. la surveillance du PFPDT). Pour le champ d'application territorial des dispositions de droit privé et de droit pénal de la loi sur la protection des données, les prétentions de droit sont régies par la loi fédérale sur le droit international privé (art. 3, al. 2, nLPD).

³⁸⁰ *Conseil fédéral suisse*. Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021–2024, p. 3151.

³⁸¹ Concernant le projet de nouvelle loi sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo *CONSEIL FÉDÉRAL*, voir Message LPMFJ, p. 7936s.; voir aussi concernant la nouvelle obligation de quotas et d'investissement qui doit être introduite dans la loi sur le cinéma *Conseil fédéral suisse*, Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021 à 2024, p. 3153.

³⁸² *Conseil fédérale suisse*, Message concernant la loi fédérale sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo

³⁸³ Avis du Conseil fédéral sur l'interpellation Grüter 17.3751 du 22.11.2017 ([17.3751 | Supprimer les vidéos à contenu djihadiste | Objet | Le Parlement suisse \(parlament.ch\)](#)); Avis du Conseil fédéral sur la motion Levrat 16.4082 du 15.2.2017 ([16.4082 | Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux | Objet | Le Parlement suisse \(parlament.ch\)](#)).

³⁸⁴ Voir *Conseil fédéral suisse*, La responsabilité civile des fournisseurs de services internet, p. 89ss.

³⁸⁵ *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 224.

Intermédiaires et plateformes de communication

dans un Etat membre de l'UE qui pourra être tenu responsable des infractions commises par le fournisseur de services. Certains intermédiaires sont déjà basés en Europe (p. ex. YouTube en Irlande), ce qui facilite l'application du droit par l'UE ou l'État membre concerné. La Suisse pourrait en outre profiter de l'application des règles de l'UE concernant la définition de certains paramètres du service, à condition que ceux-ci soient aussi définis pour le marché suisse, par souci de simplification. Ce principe ne vaut toutefois pas pour toutes les autres obligations qui doivent être adaptées séparément pour chaque pays et présentent une lourde charge pour les intermédiaires, par exemple l'obligation de présenter des rapports spécifiquement pour la Suisse. Il en va de même évidemment pour des règles de droit suisse qui ne sont pas prévues telles quelles par le droit de l'UE.

La question de l'application contraignante du droit suisse vis-à-vis des intermédiaires étrangers ne se pose pas lorsque les intermédiaires adoptent volontairement les prescriptions légales. Les expériences faites depuis l'introduction en 2016 de l'obligation d'annoncer les visionnements payants montrent que les entreprises étrangères, notamment les intermédiaires américains, sont très intéressées à respecter – pour des questions d'image également – la législation des pays auxquels leur offre est destinée³⁸⁶. Pour ces acteurs, une information proactive et transparente sur la situation juridique en Suisse suffit et une application contraignante ne s'avère plus nécessaire³⁸⁷. Cet aspect joue un rôle important dans le contexte de la réglementation des intermédiaires, car il s'agit pour la plupart de fournisseurs anglo-américains. De même, suite à l'introduction en 2019 de l'assujettissement à la TVA des entreprises de VPC étrangères, plus de 200 nouvelles entreprises étrangères se sont inscrites auprès de l'AFC. Dans ce nombre, peu proviennent toutefois du continent asiatique³⁸⁸. Il sera intéressant de voir quelles expériences seront faites avec l'obligation d'investissement prévue pour les fournisseurs de films en ligne dans la nouvelle loi sur le cinéma, qui inclut également les entreprises étrangères (p. ex. Netflix)³⁸⁹. Si les acteurs étrangers ne coopèrent pas, comme cela sera probablement le cas des fournisseurs russes ou chinois, l'application du droit s'avérera plus difficile et il faudra à nouveau recourir à l'entraide judiciaire. Toutefois, vu que de tels services, du point de vue du public cible et de la langue, ne devraient pas s'adresser majoritairement à la population suisse, une application du droit vis-à-vis de tels acteurs n'est pas prioritaire à l'heure actuelle.

L'obligation de désigner un représentant légal en Suisse, telle que prévue dans la législation sur les services numériques et déjà transposée dans la loi en Allemagne, pourrait permettre aux particuliers et aux autorités d'entrer efficacement en contact avec des intermédiaires étrangers et simplifier le traitement de procédures dans lesquelles des poursuites juridiques sont ordonnées. Dans le domaine de la protection des données, la LPD totalement révisée prévoit désormais pour certains fournisseurs de données privés domiciliés à l'étranger l'obligation de désigner une représentation en Suisse qui doit notamment servir de point de contact pour les personnes concernées et le PFPDT (chapitre 13.1). Une application contraignante du droit ne peut cependant pas être mise en œuvre en raison du principe de territorialité. Dans ce cas, il faut toujours passer par la procédure d'aide judiciaire (chapitre 10.2.3)³⁹⁰. La législation européenne sur les services numériques prévoit que le représentant légal désigné peut être tenu responsable des infractions commises par l'intermédiaire (chapitre 9.1.1).

En règle générale, et en particulier vis-à-vis d'intermédiaires en position dominante, l'application du droit doit être garantie par des sanctions efficaces, dissuasives. Le type et le montant de la sanction

³⁸⁶ *Conseil fédéral suisse*, Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021–2024

³⁸⁷ *Conseil fédérale suisse*, Message concernant la loi fédérale sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo

³⁸⁸ *Contrôle fédéral des finances*, Audit du relevé de la taxe sur la valeur ajoutée auprès de la vente par correspondance, p. 16 ([Audit du relevé de la taxe sur la valeur ajoutée auprès de la vente par correspondance \(admin.ch\)](#)).

³⁸⁹ Au sujet de l'obligation d'investir pour les diffuseurs de films en ligne, voir: *Conseil fédéral suisse*, Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021–2024, S. 3249. Il convient d'admettre que la volonté de respecter l'obligation d'investir sera d'autant plus grande que certains Etats membres de l'UE ont introduit des obligations identiques, en partie plus élevées qu'en Suisse.

³⁹⁰ Réponses du Conseil fédéral aux motions Levrat 16.4082 et Schwaab, 16.4080 du 15.12.2016; *Conseil fédéral suisse*, Un cadre juridique pour les médias sociaux: nouvel état des lieux, p. 48. Pour l'UE, la future législation sur les services numériques prévoit que le représentant désigné peut être tenu responsable des infractions commises par l'intermédiaire (chapitre 9.1.1)

Intermédiaires et plateformes de communication

doivent être décidés de telle sorte que les intermédiaires modifient leur comportement en conséquence et agissent légalement³⁹¹.

³⁹¹ Voir *Métille*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Rz. 226. Pour l'UE, la future législation sur les services numériques prévoit des amendes pouvant aller jusqu'à 6% du chiffre d'affaires (voir chapitre 9.1.1).

Intermédiaires et plateformes de communication

14 Résumé

La communication publique est un élément central des démocraties. Elle contribue à la formation de l'opinion, au traitement social des thèmes politiques et à la légitimation des décisions politiques. Pendant longtemps, elle a été le fait des médias journalistiques principalement, dont la position particulière est associée à des droits et des obligations spécifiques.

➤ **De nouveaux acteurs issus de la branche numérique (intermédiaires) ont fondamentalement modifié la communication publique.**

Aujourd'hui, la communication publique a lieu de plus en plus sur les plateformes de quelques intermédiaires actifs au niveau international. Ceux-ci remplissent en partie des fonctions similaires à celles des médias journalistiques traditionnels: comme eux, ils sélectionnent, hiérarchisent, filtrent, agrègent et diffusent des informations. Comme eux, ils influencent la perception du monde, la formation de l'opinion et le comportement humain. En outre, dans un cas comme dans l'autre, la sélection et la diffusion des informations ne sont pas aléatoires, mais suivent une certaine logique.

La logique de sélection et de diffusion des médias journalistiques traditionnels repose, entre autres, sur la valeur de l'information, c'est-à-dire sur des critères de pertinence tels que la proximité géographique d'un événement, l'intensité d'un conflit ou la notoriété des acteurs impliqués. Ces médias sont attachés à la vérité. Leur production est soumise à des contrôles de qualité internes tels que la vérification des sources. Il existe en outre des institutions de contrôle propres à la branche, comme le Conseil suisse de la presse pour les journaux et les magazines ou l'Autorité indépendante d'examen des plaintes en matière de radio-télévision (AIEP), auprès de laquelle des plaintes peuvent être déposées à propos de contributions de radio et de télévision. Si le contenu enfreint le droit en vigueur, des poursuites peuvent être engagées contre les éditeurs ou les diffuseurs (voir p. ex. la responsabilité pénale subsidiaire des médias, chapitre 9.2.1). La situation est différente avec les intermédiaires: leur logique de sélection est en grande partie non transparente, change fréquemment et est principalement orientée de manière unilatérale dans le but de susciter un maximum d'attention sur le contenu partagé. Ils n'exercent aucun contrôle journalistique ni rédactionnel sur les contenus diffusés sur leurs plateformes, et la possibilité de sanctionner des contenus illégaux ou préjudiciables se heurte à de grandes difficultés. En même temps, contrairement aux médias traditionnels (voir p. ex. le Code de déontologie des journalistes, la LRTV, la responsabilité pénale subsidiaire des médias), ils ne sont soumis à aucune obligation de diligence particulière.

	Droit de regard des utilisateurs	Contenus: production	Contenus: choix	Obligation de diligence
Médias	Possibilités de recours (Conseil de la presse, AIEP); obligations partiellement réglementées dans la loi	Contributions propres selon des normes professionnelles	Valeurs de l'information et règles de conduite professionnelle (p. ex. véracité des faits)	Suisse: il existe des obligations de diligence particulières (p. ex. code de déontologie des journalistes, LRTV, responsabilité pénale subsidiaire pour la diffusion de contenus criminels).
Intermédiaires	Pas de droit de regard; manque de droits et de garanties de procédure	Par les utilisateurs (personnes et organisations)	Actuellement, règles non transparentes appliquées de manière arbitraire	Suisse: pas de réglementation spécifique

Tableau 1: Médias et intermédiaires: différences

Les plateformes constituent une nouvelle infrastructure de communication. Elles appartiennent à quelques entreprises privées actives au niveau mondial et sont basées sur des logiciels qui sont

Intermédiaires et plateformes de communication

constamment modifiés. Les exploitants fixent leurs propres règles de communication et de recherche d'informations pour leurs plateformes et les appliquent de manière largement automatisée, en recourant à des algorithmes et à l'intelligence artificielle. En fin de compte, quelques organisations étrangères décident dans une large mesure sur la base de règles établies et appliquées de manière privée, en dehors de l'Etat de droit, ce qui peut ou ne peut pas être dit publiquement dans l'espace numérique en Suisse, qui peut voir ou ne pas voir quel contenu, et qui est exclu de la communication publique.

Les offres des intermédiaires, désormais utilisées par une grande partie de la population en Suisse, sont devenues de plus en plus importantes pour la formation de l'opinion, en particulier chez les jeunes. Globalement, les plateformes ont acquis une importance significative dans les formes, les processus et la qualité de l'information et de la communication sociales.

➤ **Avantage: Les intermédiaires accordent plus d'espace à la liberté, à l'égalité et à la diversité**

Les plateformes permettent une plus grande démocratisation de la communication publique. Il suffit de disposer d'un smartphone et d'un accès à l'internet pour s'adresser à un public potentiellement très large, ce qui permet plus facilement à des personnes et à des groupes marginalisés dans les médias journalistiques de participer directement au débat public, d'apporter leurs points de vue et aussi d'exprimer publiquement leurs critiques. La diversité des informations et des opinions publiquement accessibles augmente. A l'aide des fonctions correspondantes, les moteurs de recherche, comme les intermédiaires en général, permettent de retrouver plus facilement des informations en fonction de préférences personnelles.

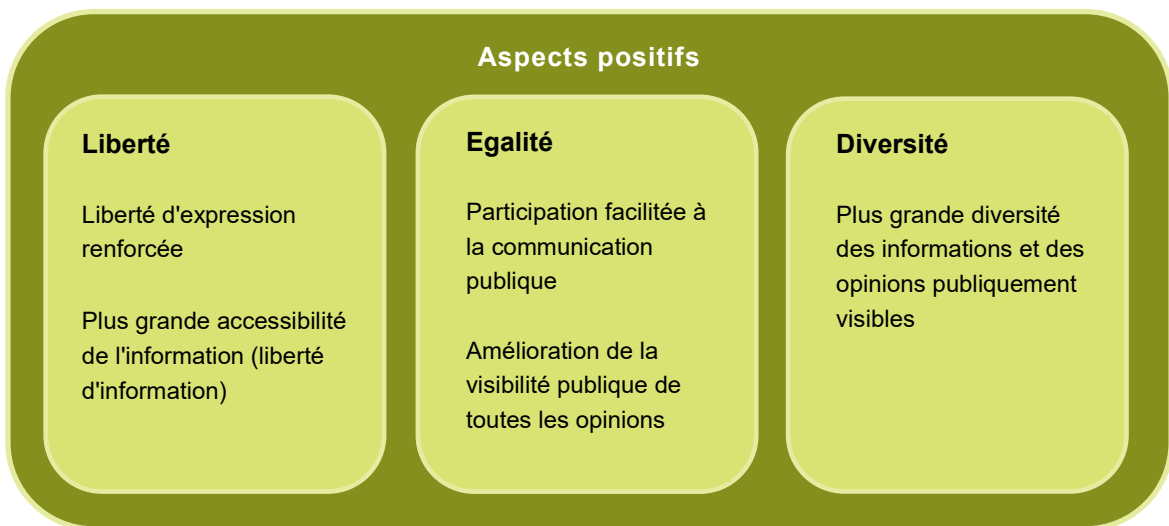


Illustration 5: Aspects positifs pour la communication publique

Les intermédiaires sont donc susceptibles de contribuer à la réalisation de la liberté d'expression et d'information pour tous et d'augmenter la diversité des informations visibles publiquement.

➤ **Aspects problématiques: Les intermédiaires permettent la diffusion de discours haineux et de désinformation, agissent de manière non transparente et exercent une quasi-censure.**

Le caractère ouvert des plateformes et les faibles barrières techniques d'accès, ainsi que l'absence simultanée de sélection et de contrôle journalistiques et rédactionnels de l'information, ont aussi des conséquences négatives.

Intermédiaires et plateformes de communication

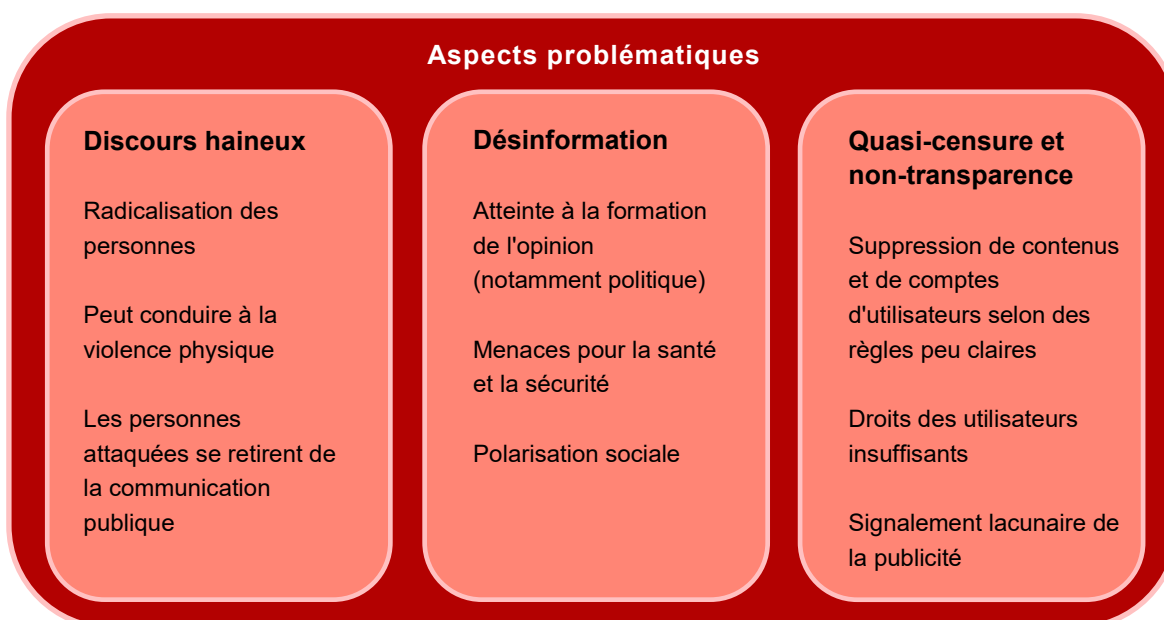


Illustration 6: Aspects problématiques pour la communication publique

Les plateformes permettent à des personnes et à des organisations de diffuser des contenus illégaux ou légaux mais préjudiciables, tels que **le discours haineux et la désinformation**.

Par **discours haineux**, il faut entendre entre autres des propos racistes ou sexistes, des insultes, des injures, des diffamations, des incitations ou des appels à des actes de violence. Exprimé publiquement, le discours haineux peut conduire à la radicalisation individuelle ou à la violence physique contre les victimes. Il peut aussi pousser des personnes et des groupes sociaux diffamés à se retirer, excluant ainsi leurs positions du débat public. Enfin, le discours haineux public sape le droit de la population à un espace numérique sûr.

La propagation du discours haineux a également augmenté en Suisse ces dernières années et n'est pas seulement dirigée contre des personnes et des groupes vulnérables. A la suite de l'adoption de mesures pour lutter contre le Covid-19, fedpol a par exemple constaté une multiplication des attaques à l'encontre de magistrats et de parlementaires. En vertu de la législation actuelle, le discours haineux est déjà partiellement illégal. Cependant, les poursuites pénales traditionnelles sont souvent difficiles et lourdes, voire carrément impossibles en raison de l'anonymat fréquent des auteurs et de la nature transnationale de l'internet.

Les plateformes des intermédiaires sont également utilisées pour la diffusion de la **désinformation**. Une distinction est communément admise entre la "désinformation", intentionnelle, manipulatrice et diffusée à dessein, et la "mésinformation" non intentionnelle.

Les campagnes de désinformation de masse sont parfois motivées par des raisons politico-militaires et utilisées par divers acteurs dans le monde entier, par exemple dans le but de semer la méfiance envers les institutions politiques et de créer ou d'aggraver les tensions sociales. Ces activités peuvent avoir de graves conséquences pour les démocraties. La désinformation peut également mettre en danger des biens publics, comme la protection de la santé (p. ex., en prétendant que boire de l'eau de Javel aide à lutter contre le coronavirus) et la sécurité. Enfin et surtout, la désinformation risque de biaiser la formation de l'opinion politique à l'approche d'élections ou de votations.

Outre la diffusion sur les plateformes de contenus illégaux et préjudiciables, la **régulation privée autonome des plateformes sans implication sociale** des intermédiaires est problématique.

Les intermédiaires suppriment des contenus sur la base de leurs propres règles. Dans de nombreux cas, cette pratique ne pose pas de problème et est même socialement souhaitable, par

Intermédiaires et plateformes de communication

exemple lorsque les intermédiaires sanctionnent de fausses informations qui mettent en danger la santé ou des contenus préjudiciables aux mineurs, et surtout lorsque la suppression est effectuée dans le respect des lois nationales. Cependant, la situation devient problématique lorsque les intermédiaires suppriment systématiquement trop de contenus et de comptes d'utilisateurs (par exemple, en raison de filtres automatisés ou de directives de communication inadéquates). Ce "**surblocage**" constitue une **limitation de la liberté de communication et d'information**. De plus, lorsque les intermédiaires suppriment des contenus **selon des critères non objectifs ou discriminatoires**, ils violent le principe d'égalité de traitement. La situation est également problématique lorsque les **intermédiaires suppriment trop peu**, notamment dans les cas où les **contenus sont illégaux au regard du droit suisse** mais admissibles du point de vue des intermédiaires.

Non-transparence. Les intermédiaires ne publient pas de rapports sur **le nombre de suppressions et de blocages de comptes** en Suisse. Il **n'existe aucune base de discussion** sur l'ampleur de la diffusion du discours haineux et de la désinformation. La plupart des intermédiaires limitent aussi fortement l'accès aux données pour la recherche. Le **manque de transparence des critères de sélection**³⁹² compromet également l'**égalité des chances** des utilisateurs et, couplé avec les difficultés d'accès aux données, empêche d'évaluer si les suppressions sont systématiquement discriminatoires. En outre, le **non-signalement des contenus payants et des bots**³⁹³ sur certaines plateformes rend difficile la mise en perspective des contenus et entrave donc la libre formation de l'opinion.

Droits des utilisateurs insuffisants. Souvent, les utilisateurs n'ont pas accès à des **procédures établies ni à des garanties de procédure contre les décisions de suppression**. En outre, les règles d'utilisation des plateformes sont généralement **formulées de manière imprécise et changent fréquemment**. Ce flou constitue une **menace pour la sécurité juridique** et peut conduire certaines personnes à s'abstenir de diffuser des commentaires critiques par crainte de sanctions, même si ceux-ci seraient autorisés.

➤ **Aspects négatifs: La baisse de l'audience et des revenus publicitaires menace la qualité des médias journalistiques.**

Les plateformes ont des effets négatifs directs sur leurs utilisateurs et sur la communication publique, mais aussi sur les médias journalistiques, et donc indirectement sur l'opinion publique et la société. Elles ne représentent pas seulement un nouveau canal de communication qui vient s'ajouter à la presse écrite, à la radio et à la télévision; elles élargissent et modifient aussi les formes de communication précédentes. Les intermédiaires distribuent des contenus de médias traditionnels via leurs plateformes, créant ainsi un nouveau système hybride, qui intègre les anciens et les nouveaux médias.

Cette nouvelle concurrence provoque une diminution de l'utilisation des médias traditionnels, des revenus d'audience et des recettes publicitaires, notamment dans la presse écrite. Les recettes publicitaires des journaux suisses ont ainsi chuté de 75% entre 2007 et 2020, passant de 1.76 milliard de francs à 432 millions.

Le recul continu de l'utilisation des médias et des recettes publicitaires menace tôt ou tard la qualité de la production journalistique. En outre, la course à l'audience pousse à la production de contenus provocateurs et sensationnels, car ceux-ci sont davantage consommés. Certes, il n'y a pas de preuve claire que cette logique liée à la réaction des utilisateurs engendre une baisse de la qualité de l'information politique. Néanmoins, les médias d'information couvrent toujours moins de thèmes et de zones géographiques.

³⁹² Soit les critères qui déterminent quel contenu s'affiche pour qui, et quel contenu s'affiche pour de nombreux utilisateurs ou pour quelques-uns seulement.

³⁹³ Les bots sont des programmes informatiques qui exécutent des tâches répétitives de manière largement automatisée. Dans le domaine de la communication, par exemple, ils sont programmés pour participer à des discussions et pour réagir automatiquement à certaines entrées.

Intermédiaires et plateformes de communication

➤ Défis à relever en Europe et en Suisse

En Europe, au vu de l'importance sociale des plateformes de communication et de leur fort potentiel de dommages, de plus en plus de pays estiment que des obligations de diligence doivent être imposés aux intermédiaires. Aux Etats-Unis aussi, les milieux politiques s'inquiètent des conséquences négatives de la pratique juridique libérale appliquée jusqu'ici. En 2018, le Congrès a décidé que les exploitants de plateformes pourraient désormais être traduits en justice pour certains contenus. Actuellement, un débat politique et juridique est en cours sur d'autres réformes envisageables de la législation afin de lutter plus efficacement contre le discours haineux, la désinformation, la quasi-censure et la non-transparence.

En Europe, les intermédiaires sont de plus en plus tenus de prendre des mesures contre la propagation du discours haineux et de la désinformation, et d'assurer la transparence. En outre, les droits des utilisateurs vis-à-vis des intermédiaires doivent être renforcés.

Le tableau comparatif ci-dessous présente une sélection des mesures par lesquelles l'Union européenne et différents pays européens, d'une part, et la Suisse, d'autre part, réagissent aux aspects problématiques liés aux plateformes de communication.

Discours haineux			
Aspects problématiques	Mesures (mises en œuvre ou en discussion en Europe)	Exemples UE et Europe	CH (spécifiquement pour les intermédiaires)
Diffusion rapide et à large échelle de contenus en ligne illégaux: <ul style="list-style-type: none"> - Les intermédiaires n'ont pas connaissance des contenus illégaux diffusés sur leurs plateformes - Les intermédiaires n'examinent et ne suppriment pas suffisamment les contenus en ligne illégaux. 	Les intermédiaires doivent mettre un système de signalement à la disposition des utilisateurs .	UE (DSA, directive SMA) DE (NetzDG) UK (O-Harms WP) AT (KoPI-G) BE (Note Lcdh) IE: (O-Smrb)	
	Examen et, le cas échéant, suppression rapide par les intermédiaires des contenus signalés	UE (DSA, directive SMA, TERREG) DE (NetzDG) UK (O-Harms WP) AT (KoPI-G) BE (Note Lcdh) IE (O-Smrb)	Problèmes d'application de la législation au niveau international, en partie volontaire par les intermédiaires
	Coopération avec les autorités nationales en cas d'injonction d'agir contre un contenu illégal avéré	UE (DSA)	Problèmes d'application de la législation au niveau international, en partie volontaire par les intermédiaires
Application du droit, notamment pénal, plus difficile en ligne <ul style="list-style-type: none"> - Les contenus illégaux ne font pratiquement jamais l'objet de dénonciations. - Les poursuites transfrontalières sont plus difficiles dans l'internet, notamment en raison d'une qualification juridique différente 	Obligation des intermédiaires de signaler aux autorités en particulier les infractions graves (dans certains cas, aussi obligation de conserver les preuves) et droit d'information vis-à-vis des intermédiaires	UE (DSA) DE (NetzDG) AT (KoPI-G) IE (O-Smrb)	
	Harmonisation du droit pénal	1 ^{er} protocole additionnel à la convention sur la cybercriminalité	Non ratifiée

Intermédiaires et plateformes de communication

Diffusion rapide et à large échelle de contenus en ligne préjudiciables (pas nécessairement illégaux)	Système de signalement pour les utilisateurs Examen et, le cas échéant, suppression Système de contrôle de l'âge pour les contenus préjudiciables aux mineurs	UE (directive SMA)	Pour les <i>contenus préjudiciables aux mineurs</i> sur les services de plateformes de partage de films ou de vidéos: le P-LPMFJ prévoit un système de signalement pour les utilisateurs.
Absence de contrôle démocratique et non-transparence			
Aspects problématiques	Mesures (mises en œuvre ou en discussion en Europe)	Exemples UE et Europe	CH (spécifiquement pour les intermédiaires)
<i>Position de force des intermédiaires vis-à-vis des utilisateurs</i>	<i>Renforcement des droits des utilisateurs</i>		
Risque d'inégalité de traitement / de discrimination de certains contenus ou utilisateurs	Interdiction de discrimination , p. ex. interdiction de l'obstruction systématique ou injustifiée des contenus journalistiques	DE (MStV) IT (Impegni assunti)	
"Surblocage" et manque de garanties de procédure: risque de suppression ou de blocage arbitraire ou erroné de contenus ou de comptes.	Justification des suppressions et des blocages de comptes par les intermédiaires	UE (DSA) FR (Loi infox) BE (Note Lcdh)	
	Système de réclamations internes contre les suppressions et les blocages de compte	UE (DSA) FR (Loi infox) BE (Note Lcdh)	
	Procédures de conciliation extrajudiciaire	UE (DSA)	
	Rapports sur la modération du contenu: p. ex., proportion de suppressions par motif de suppression.	UE (DSA)	
Non-transparence.	<i>Transparence</i>		
Non-transparence des critères de sélection (des contenus et des systèmes de recommandation)	Transparence sur les critères d'admissibilité et les systèmes de recommandation (principaux paramètres)	UE (DSA) DE (MStV)	
Pas de signalement complet ou incomplet de la publicité → La libre formation de l'opinion est plus difficile	Signalement de la publicité (politique et commerciale)	UE (DSA, directive SMA, CPD, EAD) FR (Loi infox) UK (O-Harms WP) IT (Impegni assunti)	
Indications incomplètes sur la publicité (notamment l'annonceur, principaux paramètres d'affichage) → La libre formation de l'opinion est plus difficile	Indications sur l'annonceur et des principaux paramètres essentiels d'affichage	UE (DSA)	
Manque de données pour la surveillance et sur les risques systémiques	Accès aux données pour la recherche	UE (DSA, CPD) DE (NetzDG)	

Intermédiaires et plateformes de communication

Désinformation			
Aspects problématiques	Mesures (mises en œuvre ou en discussion en Europe)	Exemples UE et Europe	CH (spécifiquement pour les intermédiaires)
Diffusion rapide et à large échelle de désinformation en ligne	Réduction des incitations financières à la diffusion	UE (CPD, EAD) FR (Loi infox)	
	Système de signalement pour les utilisateurs	FR (Loi infox) UK (O-Harms WP)	
Affaiblissement du système des médias	Renforcement de la liberté et du pluralisme des médias	UE (EAD)	

Tableau 2: Discours haineux, désinformation, absence de contrôle démocratique et non-transparence: aspects problématiques en Europe et en Suisse

Choix. Pour d'autres mesures et légendes, voir annexe.

L'Union européenne et divers pays européens répondent par différentes mesures aux aspects problématiques. On peut distinguer deux approches.

L'obligation de coopération des intermédiaires doit être précisée dans des lois spécifiques s'agissant des **mesures** contre la **diffusion de contenus illicites**, des réglementations pour une plus grande **transparence** et du **renforcement des droits des utilisateurs** (p. ex., dans la future législation sur les services numériques au niveau de l'Union européenne ainsi que dans des lois nationales en Allemagne, en Autriche, en France, au Royaume-Uni, en Irlande et en Belgique).

En ce qui concerne les **mesures** contre la **diffusion de désinformation**, les tentatives d'encadrement se font généralement par le biais de **recommandations non contraignantes**. Toutefois, des rapports sont actuellement en cours de rédaction dans différents pays à la demande d'autorités ministérielles ou de régulation, afin de donner une impulsion à la législation future (p. ex., au Royaume-Uni ou en Allemagne). En outre, des mesures sont prises pour permettre à la population de mieux faire face aux évolutions problématiques (résilience), par exemple en promouvant **l'éducation aux médias**.

En règle générale, le régulateur prescrit des objectifs. Il revient cependant aux exploitants des plateformes de décider quelles mesures qu'ils entendent adopter pour atteindre ces objectifs et comment ils les appliquent techniquement. Le régulateur vérifie si les résultats souhaités sont atteints.

➤ En Suisse, une large discussion sur la gouvernance des intermédiaires est nécessaire

L'internet n'est pas un espace de non-droit. Il est soumis à des dispositions légales tout comme le monde analogique. Les appels à la violence, les atteintes à la personnalité et la discrimination raciale sont interdits par la loi en Suisse, également sur les plateformes des intermédiaires. Les plateformes ne constituent pas un espace dérégulé à côté des dispositions légales, mais sont régies par les lignes directrices communautaires privées édictées par les intermédiaires. La question cruciale n'est donc pas de savoir si les plateformes doivent fonctionner selon des règles, mais plutôt qui doit fixer quelles règles, qui doit être pris en compte dans la formulation de ces règles, à quelles exigences ces règles doivent être soumises, qui est responsable de leur application et quelles exigences doivent être attachées au pouvoir d'application.

S'agissant du discours haineux et de la désinformation, il n'existe pas en Suisse de réglementation légale spécifique ni de pratique juridique détaillée concernant la responsabilité des intermédiaires pour les contenus illicites diffusés sur leurs plateformes par des tiers. Il n'existe pas non plus de réglementation qui renforce les droits des utilisateurs vis-à-vis des intermédiaires ou qui oblige les intermédiaires à plus de transparence. Les activités des intermédiaires sont plutôt régies par des dispositions légales générales (protection de la personnalité, droit de la concurrence et droit sur la concurrence déloyale, droit de la protection des données, droit pénal, etc.). Par contre, la Suisse a renoncé jusqu'ici à édicter une réglementation spécifique. Les mesures prises se concentrent

Intermédiaires et plateformes de communication

principalement sur le renforcement de la résilience de la population ainsi que sur les poursuites pénales traditionnelles, mais celles-ci sont souvent difficiles et lourdes, voire carrément impossibles, en raison de l'anonymat fréquent des auteurs et de la nature transfrontalière de l'internet.

Comme cela est largement reconnu, il est problématique pour les démocraties que la nouvelle infrastructure de communication de quelques intermédiaires échappe à tout contrôle de la société. Diverses études commandées par l'OFCOM sont arrivées à la conclusion que la population a droit à une protection efficace contre le discours haineux illégal et la désinformation, et que les droits des utilisateurs devraient être mieux protégés face aux intermédiaires.³⁹⁴ Des efforts dans ce sens sont également déployés à l'étranger. Par conséquent, une large discussion est nécessaire sur la question de l'intégration sociale et de la gouvernance des intermédiaires en Suisse, mais aussi dans le contexte international.

³⁹⁴ Cf. pour les études correspondantes: <https://www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/etudes/etudes-diverses.html>

15 Bibliographie

- Alba, Davey*, How anti-Asian activity online set the stage for real-world violence, New York Times vom 19.03.2021, <https://www.nytimes.com/2021/03/19/technology/how-anti-asian-activity-online-set-the-stage-for-real-world-violence.html>.
- Allagui, Ilhem/Kuebler, Johanne*, The Arab Spring and the role of ICTs, Introduction, International Journal of Communication 5 (2011), 1435–1442 (zit. als *Allagui/Kuebler*, International Journal of Communication 5 2011).
- Allcott, Hunt/Gentzkow, Matthew*, Social media and fake news in the 2016 election, Journal of Economic Perspectives 31 (2017), 211–236 (zit. als *Allcott/Gentzkow*, Journal of Economic Perspectives 31 2017).
- Alter, Rolf*, Can we save our democracies from hackers, 2020, <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/b6963862-en.pdf?expires=1623405158&id=id&accname=oid030182&checksum=EA01757FF37FCE3D16799EA00B226EEF>.
- Artl, Dorothee/Rauchfleisch, Adrian/Schäfer, Mike S.*, Between Fragmentation and Dialogue. Twitter Communities and Political Debate About the Swiss “Nuclear Withdrawal Initiative”, Environmental Communication 13 (2019), 440–456 (zit. als *Artl/Rauchfleisch/Schäfer*, Environmental Communication 13 2019).
- Asher, Saira*, Myanmar coup: How Facebook became the "digital tea shop" 2021, <https://www.bbc.com/news/world-asia-55929654>.
- Barberá, Pablo*, How social media reduces mass political polarization. Evidence from Germany, Spain, and the US, Job Market Paper, New York University 46 (2014) (zit. als *Barberá*, Job Market Paper, New York University 46 2014).
- Barrett, Bridget/Kreiss, Daniel*, Platform transience: changes in Facebook's policies, procedures, and affordances in global electoral politics, Internet Policy Review 8 (2019), 1–22 (zit. als *Barrett/Kreiss*, Internet Policy Review 8 2019).
- Bartosch, Fiona*, How the Rapid Response Unit actually works (and why it's important), PR Week vom 17.10.2018, <https://www.prweek.com/article/1496346/rapid-response-unit-actually-works-and-why-its-important> (zugegriffen am 24.11.2020).
- Baumgartner, Fabian/Schoop, Florian*, Judenhass und Mordphantasien, Zürcher Staatsanwaltschaft stellt Strafuntersuchung gegen Neonazi-Rocker ein - und kritisiert Verhalten der amerikanischen Behörden, Neue Zürcher Zeitung vom 13.02.2019, 13.
- Bayer, Judit/Bitiukova, Natalija/Bárd, Petra/Szakács, Judit/Alemanno, Alberto/Uszkiewicz, Erik*, Disinformation and propaganda, impact on the functioning of the rule The function of the rule of law in the EU and its Member States, 2019, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU\(2019\)608864_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU(2019)608864_EN.pdf).
- Ben-David, Anat/Fernández, Ariadna Matamoros*, Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain, International Journal of Communication 10 (2016), 27 (zit. als *Ben-David/Fernández*, International Journal of Communication 10 2016).
- Benedictis, Sara de/Orgad, Shani/Rottenberg, Catherine*, # MeToo, popular feminism and the news: A content analysis of UK newspaper coverage, European Journal of Cultural Studies 22 (2019), 718–738 (zit. als *Benedictis/Orgad/Rottenberg*, European Journal of Cultural Studies 22 2019).
- Benkler, Yochai/Faris, Robert/Roberts, Hal*, Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics, 2018 (zit. als *Benkler/Faris/Roberts*).
- Bennett, W. Lance/Seegerberg, Alexandra*, The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics, 2013 (zit. als *Bennett/Seegerberg*).
- Bernath, Jael/Suter, Lilian/Waller, Gregor/Külling, Céline, Willemse, Isabel/Süss, Daniel*, JAMES: Jugend, Aktivität, Medien - Erhebung Schwieiz, Ergebnisbericht zur JAMES-Studie 2020, 2020.
- Bieri, Urs/Weber, Edward/Braun Binder, Nadja/Salerno, Sébastien/Keller, Tobias/Kälin, Manuela*, (Im Erscheinen). Digitalisierung in der Schweizer Politik – Wie sich Politik und Technologie neu

Intermédiaires et plateformes de communication

- arrangieren, Studie im Rahmen des Projekts Digitalisierung und Demokratie von TA-Swiss, Bern 2021.
- Bimber, Bruce*, Information and American democracy: Technology in the evolution of political power, 2003 (zit. als *Bimber*).
- Blassnig, Sina/Ernst, Nicole/Engesser, Sven/Esler, Frank/Davis, Richard/Taras, David*, Populism and social media popularity: How populist communication benefits political leaders on Facebook and Twitter, in: Richard Davis, David Taras (Hrsg.), Power shift? Political leadership and social media, New York 2020, S. 97–111 (zit. als *Blassnig et al.*).
- Blumler, Jay G./Kavanagh, Dennis*, The third age of political communication: Influences and features, Political Communication 16 (1999), 209–230 (zit. als *Blumler/Kavanagh*, Political Communication 16 1999).
- Boatman, Eleanor*, The Kids Are Alt-Right: How Media and the Law Enable White Supremacist Groups to Recruit and Radicalize Emotionally Vulnerable Individuals ID 3404616, Rochester, NY 2018 (zugegriffen am 9.7.2021).
- Boczkowski, Pablo J./Mitchelstein, Eugenia/Matassi, Mora*, “News comes across when I’m in a moment of leisure”: Understanding the practices of incidental news consumption on social media, New Media & Society 20 (2018), 3523–3539 (zit. als *Boczkowski/Mitchelstein/Matassi*, New Media & Society 20 2018).
- Bode, Leticia*, Political News in the News Feed: Learning Politics from Social Media, Mass Communication and Society 19 (2016), 24–48 (zit. als *Bode*, Mass Communication and Society 19 2016).
- Bradshaw, Samantha*, Disinformation optimised: gaming search engine algorithms to amplify junk news, Internet Policy Review 8 (2019), 1–24 (zit. als *Bradshaw*, Internet Policy Review 8 2019).
- Bright, Jonathan*, Explaining the emergence of echo chambers on social media: the role of ideology and extremism, Available at SSRN 2839728 2017 (zit. als *Bright*, Available at SSRN 2839728 2017).
- Broersma, Marcel/Graham, Todd*, SOCIAL MEDIA AS BEAT, Journalism Practice 6 (2012), 403–419 (zit. als *Broersma/T. Graham*, Journalism Practice 6 2012).
- Brunner, Stephan C./Burkert, Herbert*, Art. 17 BV, in: Bernhard Ehrenzeller, Benjamin Schindler, Schweizer, Rainer, J. et al. (Hrsg.), Die schweizerische Bundesverfassung, St. Galler Kommentar, Zürich 2014 (zit. als *Brunner/Burkert*).
- Bruns, Axel*, Are filter bubbles real?, 2019 (zit. als *Bruns*).
- Bundesamt für Kommunikation*, Künstliche Intelligenz, Medien & Öffentlichkeit, Bericht der Projektgruppe «Künstliche Intelligenz, Medien & Öffentlichkeit» vom 16. August 2019, Biel 2019, <https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/bfi-politik/bfi-2021-2024/transversale-themen/digitalisierung-bfi/kuenstliche-intelligenz.html>.
- Cadwalladr, Carole*, How to bump holocaust deniers off Google’s top spot? Pay Google, The Observer vom 17.12.2016, <https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/17/holocaust-deniers-google-search-top-spot>.
- Campbell, Marilyn/Bauman, Sheri*, Cyberbullying: Definition, consequences, prevalence, in: Reducing Cyberbullying in Schools, 2018, S. 3–16 (zit. als *Campbell/Bauman*).
- Carlson, Caitlin Ring/Rousselle, Hayley*, Report and repeat: Investigating Facebook’s hate speech removal process, First Monday 2020 (zit. als *Carlson/Rousselle*, First Monday 2020).
- Castañeda, Ernesto*, The Indignados of Spain: A Precedent to Occupy Wall Street, Social Movement Studies 11 (2012), 309–319 (zit. als *Castañeda*, Social Movement Studies 11 2012).
- Castaño-Pulgarín, Sergio Andrés/Suárez-Betancur, Natalia/Vega, Luz Magnolia Tilano/López, Harvey Mauricio Herrera*, Internet, social media and online hate speech. Systematic review, Aggression and Violent Behavior 2021, 101608 (zit. als *Castaño-Pulgarín et al.*, Aggression and Violent Behavior 2021).
- Celik, Serkan*, Experiences of internet users regarding cyberhate, Information Technology & People 2019 (zit. als *Celik*, Information Technology & People 2019).
- Chadwick, Andrew*, The Hybrid Media System: Power and Politics 2013.

Intermédiaires et plateformes de communication

- Chadwick, Andrew*, The political information cycle in a hybrid news system: The British prime minister and the “Bullygate” affair, *The International Journal of Press/Politics* 16 (2011), 3–29 (zit. als *Chadwick*, *The International Journal of Press/Politics* 16 2011).
- Champin, Pierre-Antoine et al.* (Hrsg.), *WWW '18: Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference, WWW '18: The Web Conference 2018*, Lyon, France, 23.04.2018 - 27.04.2018, New York, New York, USA 2018.
- Chander, Anupam*, The racist algorithm, *Michigan Law Review* 115 (2016), 1023–1045 (zit. als *Chander*, *Michigan Law Review* 115 2016).
- Chen, Hsuan-Ting*, Spiral of silence on social media and the moderating role of disagreement and publicness in the network: Analyzing expressive and withdrawal behaviors, *New Media & Society* 20 (2018), 3917–3936 (zit. als *Chen*, *New Media & Society* 20 2018).
- Committee of Experts on Combating Hate Speech*, Background document, 2020.
- Committee of Experts on Combating Hate Speech*, Background Document, 2020, <https://rm.coe.int/background-for-adi-msi-dis-june-2020/16809f6b6d>.
- Committee of Ministers*, Recommendation CM/Rec(2018)1 of the Committee of Ministers to member States on media pluralism and transparency of media ownership, Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies 2018, https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=0900001680790e13.
- Committee of Ministers*, Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries, Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies, Council of Europe, 2018, <https://rm.coe.int/1680790e14>.
- Coordination intercommunautaire contre l'antisémitisme et la diffamation*, Antisémitisme en Suisse romande, Rapport 2020, Genf 2021.
- Cornils, Matthias*, Designing platform governance: A normative perspective on needs, strategies and tools to regulate intermediaries, 26.05.2020, <https://algorithmwatch.org/wp-content/uploads/2020/05/Governing-Platforms-legal-study-Cornils-May-2020-AlgorithmWatch.pdf>.
- Council of Europe*, Hate Speech, Council of Europe o.D., <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/hate-speech#:~:text=According%20to%20the%20Committee%20of,of%20hatred%20based%20on%20intolerance>.
- Cueni, Raphaela*, Falsche und irreführende Informationen im Verfassungsrecht der Schweiz, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019, 3–17 (zit. als *Cueni*, *Zeitschrift der juristischen Nachwuchsforscher* 2019).
- Department for Digital, Culture, Media & Sport*, Online Harms White Paper.
- Deutsche Welle*, "Stolz auf den Twitter-Missbrauch" 2019, <https://www.dw.com/de/stolz-auf-den-twitter-missbrauch/a-48734597-0>.
- Donges, Patrick/Puppis, Manuel*, Kommunikations- und medienpolitische Perspektiven, in: Wolfgang Schweiger, Klaus Beck (Hrsg.), *Handbuch Online-Kommunikation*, Wiesbaden 2019, S. 81–103 (zit. als *Donges/Puppis*).
- Dreyer, Stephan/Schulz, Wolfgang*, Künstliche Intelligenz, Intermediäre und Öffentlichkeit, Bericht an das BAKOM erstattet durch das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG) und das Leibnitz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI), 20. März 2019.
- Dutton, William H./Reisdorf, Bianca D./Blank, Grant/Dubois, Elizabeth/Fernandez, Laleah*, The Internet and access to information about politics: Searching through filter bubbles, echo chambers, and disinformation, in: Mark Graham, William H. Dutton (Hrsg.), *Society and the Internet: How Networks of Information and Communication are Changing our Lives*, Oxford 2014, S. 228–247 (zit. als *W. H. Dutton et al.*).
- Dutton, William H.*, The fifth estate emerging through the network of networks, *Prometheus* 27 (2009), 1–15 (zit. als *W. H. Dutton*, *Prometheus* 27 2009).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Eckert, Stine/Metzger-Riftkin, Jade*, Doxxing, The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication 2020, 1–5 (zit. als *Eckert/Metzger-Riftkin*, The International Encyclopedia of Gender, Media, and Communication 2020).
- Edelman, Gilad*, Everything You've Heard About Section 230 Is Wrong, Wired 2021 (zit. als *Edelman*, Wired 2021).
- Egli, Patricia*, Drittwirkung von Grundrechten, Zugleich ein Beitrag zur Dogmatik der grundrechtlichen Schutzpflichten im Schweizer Recht, Dissertation, Zürich, 2002.
- Eidgenössische Medienkommission EMEK*, Streamingdienste und Plattformen: Herausforderungen für Medien und Öffentlichkeit in der Schweiz, Biel 30.01.2020.
- Engesser, Sven/Ernst, Nicole/Esser, Frank/Büchel, Florin*, Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology, Information, Communication & Society 20 (2017), 1109–1126 (zit. als *Engesser et al.*, Information, Communication & Society 20 2017).
- ERGA SG3*, ERGA Interim Report on Monitoring of the COVID19 Disinformation, April 2021.
- Europäische Kommission*, Empfehlung der Kommission vom 1.3.2018 für wirksame Massnahmen im Umgang mit illegalen Online-Inhalten, Brüssel 01.03.2018, <file:///C:/Users/U80843291/Downloads/EmpfehlungderKommissionfrwirksameManahmenimUmgangmitillegalenOnline-Inhalten.pdf>.
- Europäische Kommission*, EU Code of Practice on Disinformation, Oktober 2018, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation> (zugegriffen am 23.11.2020).
- Europäische Kommission*, Gemeinsame Mitteilung an das europäische Parlament, den europäischen Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Aktionsplan gegen Desinformation, Brüssel 05.12.2018, https://eeas.europa.eu/sites/eeas/files/aktionsplan_gegen_desinformation.pdf (zugegriffen am 23.11.2020).
- Europäische Kommission*, Gemeinsame Mitteilung an das europäische Parlament, den europäischen Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Bekämpfung von Desinformation im Zusammenhang mit COVID-19 – Fakten statt Fiktion, 10.06.2020, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020JC0008&from=DE> (zugegriffen am 23.11.2020).
- Europäische Kommission*, Mitteilung der Kommission an das europäische Parlament, den Rat, den europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Bekämpfung von Desinformation im Internet: ein europäisches Konzept (COM 2018) 236 final, 26.04.2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=EN>.
- Europäische Kommission*, Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: Europäischer Aktionsplan für Demokratie, 2020, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0790&from=DE>.
- Europäische Kommission*, Umgang mit illegalen Online-Inhalten. Mehr Verantwortung für Online-Plattformen, Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen., 2017, [https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM\(2017\)555&lang=de](https://ec.europa.eu/transparency/documents-register/detail?ref=COM(2017)555&lang=de).
- Europäische Kommission*, Vorschlag für eine Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates über einen Binnenmarkt für digitale Dienste (Gesetz über digitale Dienste) und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, Brüssel 15.12.2020, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/TXT/?qid=1608117147218&uri=COM%3A2020%3A825%3AFIN> (zugegriffen am 15.2.2021).
- Europäische Kommission*, Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Verhinderung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte, Ein Beitrag der Europäischen Kommission zur Tagung der Staats- und Regierungschefs vom 19.–20. September 2018 in Salzburg, 2018, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018PC0640&from=EN>.

Intermédiaires et plateformes de communication

- Europäische Kommission* (Hrsg.), A multi-dimensional approach to disinformation, Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, März 2018, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6ef4df8b-4cea-11e8-be1d-01aa75ed71a1> (zugegriffen am 13.11.2020).
- Europäische Union*, Verhaltenskodex für die Bekämpfung illegaler Hassrede im Internet, Mai 2016, https://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42875 (zugegriffen am 13.11.2020).
- Europarat*, Zusatzprotokoll (SEV 189) zum Übereinkommen über Computerkriminalität betreffend die Kriminalisierung mittels Computersystemen begangener Handlungen rassistischer und fremdenfeindlicher Art, Strassburg 28.01.2003, <https://www.coe.int/de/web/conventions/full-list/-/conventions/rms/090000168008160e> (zugegriffen am 13.11.2020).
- European Commission against Racism and Intolerance*, Allgemeine Politik-Empfehlung Nr. 15 der ECRI über die Bekämpfung von Hassrede, Strassburg 21.03.2016, <https://rm.coe.int/ecri-general-policy-recommendation-no-15-on-combating-hate-speech-germ/16808b5b00>.
- Facebook*, April 2021 coordinated inauthentic behavior report 2021, <https://about.fb.com/news/2021/05/april-2021-coordinated-inauthentic-behavior-report/>.
- Facebook*, Community Standards, Hate Speech, https://www.facebook.com/communitystandards/hate_speech.
- Facebook*, Digital literacy library 2018, <https://www.facebook.com/safety/educators>.
- Facebook*, Oversight board upholds Facebook's decision to suspend Donald Trump's accounts 2021, <https://about.fb.com/news/2021/05/facebook-oversight-board-decision-trump/>.
- Facebook*, Remove, reduce, inform: New steps to manage problematic content 2019, <https://about.fb.com/news/2019/04/remove-reduce-inform-new-steps/>.
- Facebook*, Supporting the voices that are engaged in Counterspeech, 2021, <https://counterspeech.fb.com/en/>.
- Ferrara, Emilio/Varol, Onur/Davis, Clayton/Menczer, Filippo/Flammini, Alessandro*, The rise of social bots, *Communications of the ACM* 59 (2016), 96–104 (zit. als *Ferrara et al.*, *Communications of the ACM* 59 2016).
- Fichter, Adrienne*, Die Schweiz wappnet sich für den Angriff aus dem Silicon Valley, Republik vom 16.05.2018, <https://www.republik.ch/2018/05/16/die-schweiz-wappnet-sich-fuer-den-angriff-aus-dem-silicon-valley> (zugegriffen am 2.4.2019).
- Fletcher, Richard/Nielsen, Rasmus Kleis*, Are people incidentally exposed to news on social media? A comparative analysis, *New Media & Society* 20 (2018), 2450–2468 (zit. als *R. Fletcher/Nielsen*, *New Media & Society* 20 2018).
- Flew, Terry*, The platformized Internet: Issues for Internet law and policy, *Journal of Internet Law* 22 (2019), 3–16 (zit. als *Flew*, *Journal of Internet Law* 22 2019).
- fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft*, Qualität der Medien Jahrbuch 2020, Zürich.
- fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich*, Kommentierte Auswertungen Studie Desinformation, fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, Zürich 2021.
- Freelon, Deen*, Computational research in the post-API age, *Political Communication* 35 (2018), 665–668 (zit. als *Freelon*, *Political Communication* 35 2018).
- Freelon, Deen/Lopez, Lori/Clark, Meredith D./Jackson, Sarah J.*, How Black Twitter and other social media communities interact with mainstream news 2018 (zit. als *Freelon et al.* 2018).
- Freelon, Deen/McIlwain, Charlton/Clark, Meredith*, Quantifying the power and consequences of social media protest, *New Media & Society* 20 (2018), 990–1011 (zit. als *Freelon/McIlwain/M. Clark*, *New Media & Society* 20 2018).
- Fretwurst, Benjamin/Bonfadelli, Heinz/Friemel, Thomas*, Nutzung und Bewertung der Schweizer Radio- und TV-Programme 2018, Im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM, Zürich 2018.
- Friemel, Thomas N.*, The digital divide has grown old: Determinants of a digital divide among seniors, *New Media & Society* 18 (2016), 313–331 (zit. als *T. N. Friemel*, *New Media & Society* 18 2016).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Gadde, Vijaya*, Twitter executive: Here's how we're trying to stop abuse while preserving free speech, Open discussion doesn't mean much if some people are afraid to take part, Washington Post vom 16.04.2015, <https://www.washingtonpost.com/posteverything/wp/2015/04/16/twitter-executive-heres-how-were-trying-to-stop-abuse-while-preserving-free-speech/>.
- Gagliardone, Iginio/Pohjonen, Matti/Beyene, Zenebe/Zerai, Abdissa/Ayneku, Gerawork/Bekalu, Mesfin/Bright, Jonathan/Moges, Mulatu/Seifu, Michael/Stremlau, Nicole, Mechachal*: Online debates and elections in Ethiopia-from hate speech to engagement in social media, Available at SSRN 2831369 2016 (zit. als *Gagliardone et al.*, Available at SSRN 2831369 2016).
- Garton Ash, Timothy*, Redefreiheit. Prinzipien für eine vernetzte Welt, München 2016 (zit. als *Garton Ash*).
- Gearhart, Sherice/Zhang, Weiwu*, Gay Bullying and Online Opinion Expression, Social Science Computer Review 32 (2014), 18–36 (zit. als *Gearhart/Zhang*, Social Science Computer Review 32 2014).
- Gilardi, Fabrizio/Dermont, Clau/Kubli, Maël*, Die digitale Transformation der Demokratie, in: Nadja Braun Binder, Lars P. Feld, Huber Peter M. et al. (Hrsg.), Jahrbuch für direkte Demokratie, Jahrbuch für direkte Demokratie Bd. 9, Baden-Baden 2020, S. 42–66 (zit. als *Gilardi/Dermont/Kubli*).
- Grinberg, Nir/Joseph, Kenneth/Friedland, Lisa/Swire-Thompson, Briony/Lazer, David*, Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election, Science 363 (2019), 374–378 (zit. als *Grinberg et al.*, Science 363 2019).
- Gynn, Jessica*, Facebook still has Holocaust denial content three months after Mark Zuckerberg pledged to remove it 2021, <https://eu.usatoday.com/story/tech/2021/01/27/facebook-holocaust-denial-zuckerberg-twitter-youtube-twitch-reddit/4269035001/>.
- Habermas, Jürgen*, Faktizität und Geltung, Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaats, 5. Aufl., Frankfurt am Main 1992 (zit. als *Habermas*).
- Habermas, Jürgen*, Strukturwandel der Öffentlichkeit, Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Neuwied, Berlin 1971 (zit. als *Habermas*).
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo*, Comparing media systems: Three models of media and politics, 2004 (zit. als *Hallin/Mancini*).
- Hampton, Keith N./Rainie, Harrison/Lu, Weixu/Dwyer, Maria/Shin, Inyoung/Purcell, Kristen*, Social media and the 'spiral of silence', 2014, <https://www.pewresearch.org/internet/2014/08/26/social-media-and-the-spiral-of-silence/>.
- Handelszeitung*, Schweizer Online-Werbung fließt zu Google und Co. 2019.
- Hanitzsch, Thomas/van Dalen, Arjen/Steindl, Nina*, Caught in the nexus: A comparative and longitudinal analysis of public trust in the press, The International Journal of Press/Politics 23 (2018), 3–23 (zit. als *Hanitzsch/van Dalen/Steindl*, The International Journal of Press/Politics 23 2018).
- Häussler, Thomas*, Civil society, the media and the Internet: changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies, Information, Communication & Society 2019, 1–18 (zit. als *Häussler*, Information, Communication & Society 2019).
- Häussler, Thomas*, Civil society, the media and the Internet: Changing roles and challenging authorities in digital political communication ecologies, Information, Communication & Society 2021, 1265–1282 (zit. als *Häussler*, Information, Communication & Society 2021).
- Havey, Nicholas Francis*, Partisan public health: how does political ideology influence support for COVID-19 related misinformation?, Journal of Computational Social Science 3 (2020), 319–342 (zit. als *Havey*, Journal of Computational Social Science 3 2020).
- Hertig, Maya*, Art. 16 BV, in: Bernhard Waldmann, Eva-Maria Belser, Astrid Epiney (Hrsg.), Bundesverfassung, Basler Kommentar, Basel 2015 (zit. als *Hertig*).
- Hillstrom, Laurie Collier*, The #MeToo Movement, Santa Barbara, CA 2018 (zit. als *Hillstrom*).
- Holznagel, Bernd*, Erosion demokratischer Öffentlichkeit?, Berichte und Diskussionen auf der Tagung der Vereinigung der Deutschen Staatsrechtslehrer, 2009.

Intermédiares et plateformes de communication

- Howard, Philip N./Ganesh, Bharath/Liotsiou, Dimitra/Kelly, John/François, Camille, The IRA, social media and political polarization in the United States, 2012-2018, University of Oxford, <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=senatedocs>.
- Howard, Philip N./Hussain, Muzammil M., Democracy's fourth wave?, Digital media and the Arab Spring, Oxford studies in digital politics, Oxford 2013 (zit. als Howard/Hussain).
- Howard, Philip N./Kollanyi, Bence, Bots, # StrongerIn, and # Brexit: computational propaganda during the UK-EU referendum 2016 (zit. als Howard/Kollanyi2016).
- Hughes, Heather C./Waismel-Manor, Israel, The Macedonian Fake News Industry and the 2016 US Election, PS: Political Science & Politics 54 (2021), 19–23 (zit. als Hughes/Waismel-Manor, PS: Political Science & Politics 54 2021).
- Humprecht, Edda/Esser, Frank/van Aelst, Peter, Resilience to online disinformation: A framework for cross-national comparative research, The International Journal of Press/Politics 25 (2020), 493–516 (zit. als Humprecht/Esser/van Aelst, The International Journal of Press/Politics 25 2020).
- Hwang, Tim, Dealing with Disinformation: Evaluating the Case for Amendment of Section 230 of the Communications Decency Act, in: Joshua A. Tucker, Nathaniel Persily (Hrsg.), Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform, SSRC Anxieties of Democracy, Cambridge 2020, S. 252–285 (zit. als Hwang).
- Jackson, Sarah J./Foucault Welles, Brooke, # Ferguson is everywhere: Initiators in emerging counterpublic networks, Information, Communication & Society 19 (2016), 397–418 (zit. als Jackson/Foucault Welles, Information, Communication & Society 19 2016).
- Jaffe, Elizabeth M., From Terrorists to Trolls: Expanding Web Host Liability for Live-Streaming, Swatting, and Cyberbullying, Boston University Journal of Science and Technology Law 26 (2020), 51, <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/jstl26&id=59&div=&collection=> (zit. als Jaffe, Boston University Journal of Science and Technology Law 26 2020).
- Jakubowicz, Andrew Henry, Alt_Right White Lite: Trolling, Hate Speech and Cyber Racism on Social Media, CCS Journal 9 (2017), 41–60 (zit. als Jakubowicz, CCS Journal 9 2017).
- Jane, Emma Alice, 'Back to the kitchen, cunt': speaking the unspeakable about online misogyny, Continuum 28 (2014), 558–570 (zit. als Jane, Continuum 28 2014).
- Kamps, Klaus, Die "Agora" des Internet, Zur Debatte politischer Öffentlichkeit und Partizipation im Netz, in: Otfried Jarren, Kurt Imhof, Roger Blum (Hrsg.), Zerfall der Öffentlichkeit?, Mediensymposium Luzern, Wiesbaden 2000, S. 227–239 (zit. als Kamps).
- Katzenbach, Christian, Die Regeln digitaler Kommunikation, Governance zwischen Norm, Diskurs und Technik, Wiesbaden 2018 (zit. als Katzenbach).
- Keller, Tobias, To Whom Do Politicians Talk and Listen? Mapping Swiss Politicians' Public Sphere on Twitter, Computational Communication Research 2 (2020), 175–202 (zit. als Keller, Computational Communication Research 2 2020).
- Kernen, Alexander, Volle Verantwortlichkeit des Host Providers für persönlichkeitsverletzende Handlungen seines Kunden, Jusletter 2013 (zit. als Kernen, Jusletter 2013).
- Kilgo, Danielle K./Mourao, Rachel R./Sylvie, George, Martin to Brown: How time and platform impact coverage of the Black Lives Matter movement, Journalism Practice 13 (2019), 413–430 (zit. als Kilgo/Mourao/Sylvie, Journalism Practice 13 2019).
- Kim, Young Mie/Hsu, Jordan/Neiman, David/Kou, Colin/Bankston, Levi/Kim, Soo Yun/Heinrich, Richard/Baragwanath, Robyn/Raskutti, Garvesh, The Stealth Media? Groups and Targets behind Divisive Issue Campaigns on Facebook, Political Communication 35 (2018), 515–541 (zit. als Y. Mie Kim et al., Political Communication 35 2018).
- Kley, Andreas/Tophinke, Esther, Art. 16 BV, in: Bernhard Ehrenzeller, Benjamin Schindler, Schweizer, Rainer, J. et al. (Hrsg.), Die schweizerische Bundesverfassung, St. Galler Kommentar, Zürich 2014 (zit. als Kley/Tophinke).
- Köver, Chris, #twittersperrt: Twitter hat Satire-Tweet zu Unrecht gelöscht 2019, <https://netzpolitik.org/2019/twittersperrt-twitter-hat-satire-tweet-zu-unrecht-geloescht/>.

Intermédiaires et plateformes de communication

- Landesanstalt für Medien NRW*, Desinformation, Fake-Accounts und politische Werbung: Die Grenzen der Selbstverpflichtungen von Facebook, Google und Twitter, Ein aktueller Debattenbeitrag der Landesanstalt für Medien NRW, 2020, https://www.medienanstalt-nrw.de/fileadmin/user_upload/NeueWebsite_0120/Themen/Europa/ERGA_Monitoring_Desinformation_final_online.pdf.
- Latzer, Michael/Büchi, Moritz/Festic, Noemi*, Internet use in Switzerland 2011-2019: Trends, attitudes and effects: Summary report World Internet Project-Switzerland 2020 (zit. als *Latzer/Büchi/Festic*2020).
- Lazer, David M. J./Baum, Matthew A./Benkler, Yochoi/Berinsky, Adam J./Greenhill, Kelly M./Menczer, Filippo/Metzger, Miriam J./Nyhan, Brendan/Pennycook, Gordon/Rothschild, David*, The science of fake news, *Science* 359 (2018), 1094–1096 (zit. als *D. M. J. Lazer et al.*, *Science* 359 2018).
- Leimgruber, Vera*, Die Rassimusstrafnorm in der Gerichtspraxis, Analyse der Rechtsprechung zur Art. 261bis StGB von 1995 bis 2019, Bern 2021.
- Lessig, Lawrence*, Code is law, *Harvard Magazine* 2000 (zit. als *Lessig*, *Harvard Magazine* 2000).
- Lichtenberg, Arne*, Bettina Wulffs Kampf gegen Google 2012, <https://www.dw.com/de/bettina-wulffs-kampf-gegen-google/a-16228900>.
- Lijphart, Arend*, Patterns of democracy: Government forms and performance in thirty-six countries, 2012 (zit. als *Lijphart*).
- Lingiardi, Vittorio/Carone, Nicola/Semeraro, Giovanni/Musto, Cataldo/D'amico, Marilisa/Brena, Silvia*, Mapping Twitter hate speech towards social and sexual minorities: a lexicon-based approach to semantic content analysis, *Behaviour & Information Technology* 2019, 1–11 (zit. als *Lingiardi et al.*, *Behaviour & Information Technology* 2019).
- Lischka, Juliane A.*, Logics in social media news making: How social media editors marry the Facebook logic with journalistic standards, *Journalism* 2018, 1464884918788472 (zit. als *Lischka*, *Journalism* 2018).
- Manikonda, Lydia/Beigi, Ghazaleh/Kambhampati, Subbarao/Liu, Huan*, #metoo through the lens of social media, in: Robert Thomson, Christopher Dancy, Ayaz Hyder et al. (Hrsg.), *Social, cultural, and behavioral modelling*, 11th International conference, SBP-BRiMS 2018, Washington, DC, USA, July 10-13, 2018, *Proceedings*, , S. 104–110 (zit. als *Manikonda et al.*).
- Margetts, Helen/John, Peter/Hale, Scott A./Yasseri, Taha*, Political turbulence, How social media shape collective action, Princeton, Oxford 2017 (zit. als *Margetts et al.*).
- Margolis, Michael/Resnick, David*, Politics as usual, The cyberspace "revolution", *Contemporary American politics*, Thousand Oaks 2000 (zit. als *Margolis/Resnick*).
- Mariya, Gabriel/Cock Buning, Madeleine de*, A multi-dimensional approach to disinformation, Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, European Commission, Luxemburg 2018, https://blog.wan-iffra.org/sites/default/files/field_blog_entry_file/HLEGReportonFakeNewsandOnlineDisinformation.pdf (zugegriffen am 29.4.2019).
- Marwick, Alice E./Caplan, Robyn*, Drinking male tears: language, the manosphere, and networked harassment, *Feminist Media Studies* 18 (2018), 543–559 (zit. als *A. E. Marwick/Caplan*, *Feminist Media Studies* 18 2018).
- Marwick, Alice/Lewis, Rebecca*, Media manipulation and disinformation online, New York: Data & Society Research Institute 2017 (zit. als *A. Marwick/Lewis*, New York: Data & Society Research Institute 2017).
- Masmejan, Denis*, Débat public en ligne et protection des libertés de communication, Etude réalisée sur mandat de l'Office fédéral de la communication, ohne Ort 2020.
- Matasick, Craig/Alfonsi, Carlotta/Bellantoni, Alessandro*, Governance responses to disinformation: How open government principles can inform policy options, *OECD Working Papers on Public Governance* 39, https://www.oecd-ilibrary.org/governance/governance-responses-to-disinformation_d6237c85-en (zugegriffen am 23.11.2020).
- Matejčić, Barbara*, À Vélès, à la rencontre des fabricants de fausses nouvelles, 2017, https://www.etui.org/sites/default/files/2020-07/Hesamag_16_FR-31-35.pdf.

Intermédiaires et plateformes de communication

- Mayntz, Renate*, Governance Theory als fortentwickelte Steuerungstheorie?, Governance-Forschung. Vergewisserung über Stand und Entwicklungslinien 2005, 11–20 (zit. als *Mayntz*, Governance-Forschung. Vergewisserung über Stand und Entwicklungslinien 2005).
- McGonagle, Tarlach*, The Council of Europe against online hate speech: Conundrums and challenges, Expert Paper, 2013, <https://rm.coe.int/168059bfce> (zugegriffen am 13.11.2020).
- McGonagle, Tarlach/Andreotti, Onur*, Freedom of expression and defamation, A study of the case law of the European Court of Human Rights, 2016.
- Métille, Sylvain*, Evaluation de la régulation existante des options de la régulation concernant les intermédiaires d'information en Suisse, Étude juridique réalisée à la demande de l'OFCOM par Sylvain Métille, avec la collaboration d'Annelise ACKERMANN, Lausanne 30.10.2020.
- Métille, Sylvain*, Internet et droit: protection de la personnalité et questions pratiques 20, 2017 (zit. als *Métille*).
- Milic, Thomas/Feller, Alessandro/Kübler, Daniel*, VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 27. September 2020, ZDA; FORS; LINK, Aarau, Lausanne, Luzern 2020, https://www.voto.swiss/wp-content/uploads/2020/11/VOTO_Bericht_27.09.2020_DE.pdf.
- Milic, Thomas/Kübler, Daniel*, VOTO-Studie zur eidgenössischen Volksabstimmung vom 25. September 2016, FORS; ZDA; LINK, Lausanne, Aarau, Luzern 2016, https://www.voto.swiss/wp-content/uploads/2017/02/VOTO_Studie_25.9.2016_Deutsch_B.pdf.
- Mittelstadt, Brent*, Automation, algorithms, and politics| Auditing for transparency in content personalization systems, International Journal of Communication 10 (2016), 12 (zit. als *Mittelstadt*, International Journal of Communication 10 2016).
- Möller, J./Helberger, N./Makhortykh, M.*, Filter bubbles in the Netherlands? 2019 (zit. als *J. Möller/Helberger/Makhortykh2019*).
- Möller, Judith/Hameleers, Michael/Ferreau, Frederik*, Typen von Desinformation und Misinformation, Verschiedene Formen von Desinformation und ihre Verbreitung aus kommunikationswissenschaftlicher und rechtswissenschaftlicher Perspektive, 2020, https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Publikationen/Weitere_Veroeffentlichungen/GVK_Gutachten_final_WEB_bf.pdf (zugegriffen am 13.11.2020).
- Morar, David/Riley, Chris*, A guide for conceptualizing the debate over Section 230 2021, <https://www.brookings.edu/techstream/a-guide-for-conceptualizing-the-debate-over-section-230/> (zugegriffen am 10.7.2021).
- Müller, Jörg Paul/Schefer, Markus*, Grundrechte in der Schweiz, Im Rahmen der Bundesverfassung, der EMRK und der Uno-Pakte, 4. Aufl., Bern 2008 (zit. als *J. Paul Müller/Schefer*).
- Müller, Karsten/Schwarz, Carlo*, Fanning the flames of hate: Social media and hate crime, Journal of the European Economic Association 2020 (zit. als *K. Müller/C. Schwarz*, Journal of the European Economic Association 2020).
- Munger, Kevin*, All the news that's fit to click: The economics of clickbait media, Political Communication 37 (2020), 376–397 (zit. als *Munger*, Political Communication 37 2020).
- Negroponte, Nicholas*, Being digital, New York, NY 1996 (zit. als *Negroponte*).
- Neuberger, Christoph*, Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie - Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz, Wissenschaftliche Studie im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM, Berlin 13.01.2020.
- Neuberger, Christoph*, Kommunikationswissenschaftliche Analyse der Meinungsbildung, Meinungsmacht und Vielfalt im Internet, in: Frank Lobigs, Christoph Neuberger (Hrsg.), Meinungsmacht im Internet und die Digitalstrategien von Medienunternehmen, Neue Machtverhältnisse trotz expandierender Internet-Geschäfte der traditionellen Massenmedien-Konzerne, Gutachten für die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK), Leipzig 2018, S. 15–118 (zit. als *Neuberger*).
- Newman, N./Fletcher, R./Schulz, A./Andi, S./Kleis Nielsen, R.*, Digital news report 2020 2020.
- Newman, Nic/Fletcher, Richard/Schulz, Anne/Andi, Smige/Robertson, Craig T./Kleis Nielsen, Rasmus*, Reuters Institute Digital News Report 2021, 10th edition, 2021,

Intermédiaires et plateformes de communication

- https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf.
- Newman, Nic/Fletcher, Richard/Schulz, Anne/Sigme, Andi/Kleis Nielsen, Rasmus*, Reuters Institute Digital News Report 2020, University of Oxford, 2020.
- Noble, Safiya Umoja*, Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism, 2018 (zit. als *Noble*).
- Nurik, Chloe*, "Men Are Scum": Self-Regulation, Hate Speech, and Gender-Based Censorship on Facebook, *International Journal of Communication* 13 (2019), 21 (zit. als *Nurik*, *International Journal of Communication* 13 2019).
- OECD, An introduction to online platforms and their role in the digital transformation, OECD, 2019.
- Oliva, Thiago Dias/Antonialli, Dennys Marcelo/Gomes, Alessandra*, Fighting hate speech, silencing drag queens? artificial intelligence in content moderation and risks to lgbtq voices online, *Sexuality & Culture* 25 (2021), 700–732 (zit. als *Oliva/Antonialli/Gomes*, *Sexuality & Culture* 25 2021).
- Oversight Board*, Das Recht auf freie Meinungsäußerung achten – durch unabhängige Entscheidungsfindung 2021, <https://oversightboard.com/>.
- Oxenham, Simon*, "I was a Macedonian fake news writer" 2019, <https://www.bbc.com/future/article/20190528-i-was-a-macedonian-fake-news-writer>.
- Papacharissi, Zizi*, Affective publics: Sentiment, technology, and politics, 2015 (zit. als *Papacharissi*).
- Paresh, Dave*, YouTube reversal bans Holocaust hoaxers, stops pay for borderline creators 2019, <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-youtube-hatespeech-idUSKCN1T623X>.
- Pariser, Eli*, The filter bubble: What the Internet is hiding from you, 2011 (zit. als *Pariser*).
- Pasquale, Frank*, The black box society, 2015 (zit. als *Pasquale*).
- Paul, Katie/Vengattil, Munsif*, Facebook removed seven million posts in second quarter for false coronavirus information 2020, <https://www.reuters.com/article/us-facebook-content-idUSKCN25727M>.
- Perriam, Jessamy/Birkbak, Andreas/Freeman, Andy*, Digital methods in a post-API environment, *International Journal of Social Research Methodology* 23 (2020), 277–290 (zit. als *Perriam/Birkbak/Freeman*, *International Journal of Social Research Methodology* 23 2020).
- Perrin, Andrew*, 23% of users in U.S. say social media led them to change views on an issue; some cite Black Lives Matter, Pew Research Center 2020, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2020/10/15/23-of-users-in-us-say-social-media-led-them-to-change-views-on-issue-some-cite-black-lives-matter/>.
- Poynter*, MediaWise 2021, <https://www.poynter.org/mediawise/>.
- Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media Bd. 13.
- Proceedings of The Web Conference 2020.
- Publicom AG*, Mediennutzung nach Interessenorientierung, Sonderauswertung für BAKOM, 2020.
- Puppis, Manuel*, Media governance: A new concept for the analysis of media policy and regulation, *Communication, Culture & Critique* 3 (2010), 134–149 (zit. als *Puppis*, *Communication, Culture & Critique* 3 2010).
- Puppis, Manuel/Schenk, Michael/Hofstetter, Brigitte*, Medien und Meinungsmacht 65, 2017 (zit. als *Puppis/Schenk/Hofstetter*).
- Rat der Europäischen Union*, Rahmenbeschluss 2008/913/JI des Rates vom 28. November 2008 zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit, 28.11.2008, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008F0913&from=de> (zugegriffen am 13.11.2020).
- Rauchfleisch, Adrian/Metag, Julia*, The special case of Switzerland: Swiss politicians on Twitter, *New Media & Society* 18 (2016), 2413–2431 (zit. als *Rauchfleisch/Metag*, *New Media & Society* 18 2016).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Rauchfleisch, Adrian/Vogler, Daniel*, #NoBillag auf Twitter: Grabenkämpfe zwischen Gegnern und Befürwortern, Zürich 2018, <https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:7b9901f5-2942-43e3-b3b3-e1345ae6a62b/%23NoBillag%20auf%20Twitter.pdf>.
- Rauchfleisch, Adrian/Vogler, Daniel/Eisenegger, Mark*, Wie das Coronavirus die Schweizer Twitter-Communitys infizierte, 2020.
- Reichelmann, Ashley/Hawdon, James/Costello, Matt/Ryan, John/Blaya, Catherine/Llorent, Vicente/Oksanen, Atte/Räsänen, Pekka/Zych, Izabela*, Hate Knows No Boundaries: Online Hate in Six Nations, *Deviant Behavior* 2020, 1–12 (zit. als *Reichelmann et al.*, *Deviant Behavior* 2020).
- Relia, Kunal/Li, Zhengyi/Cook, Stephanie H./Chunara, Rumi*, Race, ethnicity and national origin-based discrimination in social media and hate crimes across 100 US cities, in: *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* Bd. 13, , S. 417–427 (zit. als *Relia et al.*).
- Rheingold, Howard*, *The Virtual Community*, revised edition: Homesteading on the Electronic Frontier, 2000 (zit. als *Rheingold*).
- Ribeiro, Filipe N./Saha, Koustuv/Babaei, Mahmoudreza/Henrique, Lucas/Messias, Johnatan/Benevenuto, Fabricio/Goga, Oana/Gummadi, Krishna P./Redmiles, Elissa M.*, On microtargeting socially divisive ads, S. 140–149 (zit. als *Ribeiro et al.*).
- Robertson, Ronald E./Lazer, David/Wilson, Christo*, Auditing the Personalization and Composition of Politically-Related Search Engine Results Pages, in: Pierre-Antoine Champin, Fabien Gandon, Mounia Lalmas et al. (Hrsg.), *WWW '18: Proceedings of the 2018 World Wide Web Conference, WWW '18: The Web Conference 2018*, Lyon, France, 23.04.2018 - 27.04.2018, New York, New York, USA 2018, S. 955–965 (zit. als *R. E. Robertson/D. Lazer/C. Wilson*).
- Sandvig, Christian/Hamilton, Kevin/Karahalios, Karrie/Langbort, Cedric*, Automation, algorithms, and politics| when the algorithm itself is a racist: Diagnosing ethical harm in the basic components of software, *International Journal of Communication* 10 (2016), 19 (zit. als *Sandvig et al.*, *International Journal of Communication* 10 2016).
- Saurwein, Florian/Spencer-Smith, Charlotte*, Inhaltsregulierung auf Internet-Plattformen. Optionen für verantwortungsorientierte Governance auf nationaler Ebene, Forschungsbericht, Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften und der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt, Wien 2019.
- Saxer, Urs*, Medien oder Zensoren?, *Neue Zürcher Zeitung* vom 18.01.2021, 29.
- Saxer, Urs*, Zensur durch Twitter & Co.? Zur Grundrechtsbindung und zur Regulierung sozialer Netzwerke, *medialex* 2020 (zit. als *Saxer, medialex* 2020).
- Schefer, Markus*, Kommunikationsgrundrechte, in: Oliver Diggelmann, Maya Hertig Randall, Benjamin Schindler (Hrsg.), *Verfassungsrecht der Schweiz*, Zürich 2020, 1413-1452 (zit. als *Schefer*).
- Schefer, Markus/Cueni, Raphaela*, Öffentlichkeit im Wandel: Überlegungen aus grundrechtlicher Sicht, Studie zu Handen des BAKOM, Basel 2020.
- Scheufele, Dietram A./Krause, Nicole M.*, Science audiences, misinformation, and fake news, *Proceedings of the National Academy of Sciences* 116 (2019), 7662–7669 (zit. als *Scheufele/Krause, Proceedings of the National Academy of Sciences* 116 2019).
- Schneider, Jörg/Eisenegger, Mark*, Qualität der Medien. Schweiz - Suisse - Svizzera, Der Bedeutungsverlust traditioneller Newsmedien und die Entstehung neuer Nutzungsmuster – wie die Digitalisierung Newsrepertoires verändert, Zürich 2019.
- Schwaiger, Lisa*, Gegen die Öffentlichkeit. Alternative Nachrichtenmedien im deutschsprachigen Raum, 2021.
- Schwarz, Carolina*, „Gut gemeint, schlecht umgesetzt“ 2019, <https://taz.de/Expertin-ueber-Overblocking-bei-Twitter!/5593230/>.
- Schweizer Presserat*, Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten, 2015, <https://presserat.ch/journalistenkodex/erklaerung/>.
- Schweizer Presserat*, Journalistenkodex, <https://presserat.ch/journalistenkodex/erklaerung/> (zugeschrieben am 2.4.2019).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Schweizerischer Bundesrat*, Botschaft zur Förderung der Kultur in den Jahren 2021–2024, (Kulturbotschaft 2021–2024), 2020, <https://fedlex.data.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/fga/2020/725/de/pdf-x/fedlex-data-admin-ch-eli-fga-2020-725-de-pdf-x.pdf>.
- Schweizerischer Bundesrat*, Die zivilrechtliche Verantwortlichkeit von Providern, Bericht des Bundesrates vom 11. Dezember 2015, Bern 11.12.2015.
- Schweizerischer Bundesrat*, Rechtliche Basis für Social Media: Erneute Standortbestimmung, Nachfolgebericht des Bundesrates zum Postulatsbericht Amherd 11.3912 „Rechtliche Basis für Social Media“, Bern 10.5.2017, <https://www.bakom.admin.ch/bakom/de/home/digital-und-internet/digitale-kommunikation/soziale-medien.html> (zugegriffen am 25.3.2019).
- Schweizerischer Israelitischer Gemeindebund*, Antisemitismusbericht für die Deutschschweiz 2020, 2021.
- Scott, W. Richard*, Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities, 2013 (zit. als *Scott*).
- Shahani, Aarti*, With 'Napalm Girl,' Facebook humans (not algorithms) struggle to be editor 2016, <https://text.npr.org/493454256>.
- Shankar, Shreya/Halpern, Yoni/Breck, Eric/Atwood, James/Wilson, Jimbo/Sculley, D.*, No classification without representation: Assessing geodiversity issues in open data sets for the developing world 2017 (zit. als *Shankar et al.* 2017).
- Shao, Chengcheng/Ciampaglia, Giovanni Luca/Varol, Onur/Yang, Kai-Cheng/Flammini, Alessandro/Menczer, Filippo*, The spread of low-credibility content by social bots, *Nature Communications* 9 (2018), 4787 (zit. als *Shao et al.*, *Nature Communications* 9 2018).
- Shead, Sam*, Twitter follows Facebook on removing posts that deny the Holocaust 2020, <https://www.cnn.com/2020/10/15/twitter-follows-facebook-on-removing-posts-that-deny-the-holocaust.html>.
- Shirky, Clay*, Here comes everybody, The power of organizing without organizations : [with an updated epilogue, New York, NY, Toronto, London 2009 (zit. als *Shirky*).
- Siegel, Alexandra/Nikitin, Evgenii/Barberá, Pablo/Sterling, Joanna/Pullen, Bethany/Bonneau, Richard/Nagler, Jonathan/Tucker, Joshua A.*, Trumping Hate on Twitter? Online Hate in the 2016 US Election and its Aftermath 2019.
- Siegen, Dario/Schneider, Jörg*, Mediennutzung, in: *fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich (Hg.) 2021 – Qualität der Medien*, S. 107–115 (zit. als *Siegen/Schneider*).
- Silva, Márcio/Santos de Oliveira, Lucas/Andreou, Athanasios/Vaz de Melo, Pedro Olmo/Goga, Oana/Benevenuto, Fabrício*, Facebook ads monitor: an independent auditing system for political ads on Facebook, in: *Proceedings of The Web Conference 2020*, , S. 224–234 (zit. als *Silva et al.*).
- Sirsch, Jürgen*, Die Regulierung von Hassrede in liberalen Demokratien, in: *Jörg Meibauer (Hrsg.), Hassrede / Hate Speech, Interdisziplinäre Beiträge zu einer aktuellen Diskussion, Linguistische Untersuchungen Bd. 6, Giessen 2013*, S. 165–193 (zit. als *Sirsch*).
- Smith, Matthew*, Facebook wanted to be a force for good in Myanmar. Now it is rejecting a request to help with a genocide investigation, *Time* vom 18.08.2020, <https://time.com/5880118/myanmar-rohingya-genocide-facebook-gambia/>.
- Smith, Rory*, The UK election showed just how unreliable Facebook's security system for elections really is, Buggy and riddled with errors, Facebook's Ad Library was all but useless during an election — again 2020, <https://www.buzzfeednews.com/article/rorysmith/the-uk-election-showed-just-how-unreliable-facebooks>.
- Sosnovik, Vera/Goga, Oana*, Understanding the Complexity of Detecting Political Ads 2021 (zit. als *Sosnovik/Goga2021*).
- Staatssekretariat für Bildung, Forschung und Innovation*, Herausforderungen der künstlichen Intelligenz, Bericht der interdepartementalen Arbeitsgruppe «Künstliche Intelligenz» an den Bundesrat, Bern 2019, <https://www.sbfi.admin.ch/sbfi/de/home/bfi-politik/bfi-2021-2024/transversale-themen/digitalisierung-bfi/kuenstliche-intelligenz.html>.

Intermédiaires et plateformes de communication

- Stahel, Lea*, Status Quo und Massnahmen zu rassistischer Hassrede im Internet: Übersicht und Empfehlungen, Expertise im Auftrag der Fachstelle für Rassismusbekämpfung des Eidgenössischen Departements des Innern, 2020.
- Stahel, Lea/Jakoby, Nina*, Sexistische und LGBTIQ*-feindliche Online-Hassrede im Kontext von Kindern und Jugendlichen: Wissenschaftliche Grundlagen und Gegenmassnahme, 2021.
- Statista*, Nutzung von Social Media in der Schweiz nach Altersgruppen in 2015 und 2020 2021, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/475238/umfrage/social-media-nutzung-in-der-schweiz-nach-altersgruppen/>.
- Steindel, Tracy A.*, A Path Toward User Control of Online Profiling, *Mich. Telecomm. & Tech. L. Rev.* 17 (2010), 459 (zit. als *Steindel*, *Mich. Telecomm. & Tech. L. Rev.* 17 2010).
- Stiftung Werbestatistik Schweiz* (Hrsg.), Werbeaufwand Schweiz, Zürich 2008-2021.
- Stream, Jane*, FOSTA-SESTA: Anti-Human Trafficking Legislation to Correct Decades of Misinterpreting the Communications Decency Act, *Quinnipiac Health Law Journal* 23 (2020), 1, <https://heinonline.org/HOL/Page?handle=hein.journals/qlhj23&id=3&div=&collection=> (zit. als *Stream*, *Quinnipiac Health Law Journal* 23 2020).
- Süddeutsche Zeitung*, Berühmtes Vietnam-Foto gelöscht - Aftenposten greift Facebook an 2016, <https://www.sueddeutsche.de/digital/napalm-girl-beruehmtes-vietnam-foto-geloescht-aftenposten-greift-facebook-an-1.3154517>.
- Süddeutsche Zeitung*, Cambridge Analytica suspendiert CEO Alexander Nix, *Süddeutsche Zeitung* vom 20.03.2018, <https://www.sueddeutsche.de/digital/datenmissbrauch-skandal-cambridge-analytica-suspendiert-ceo-alexander-nix-1.3914884>.
- Sunstein, Cass R.*, # Republic: Divided democracy in the age of social media, 2018 (zit. als *Sunstein*).
- Tabuchi, Hiroko*, How climate change deniers rise to the top in Google searches, *New York Times* vom 29.12.2017, <https://www.nytimes.com/2017/12/29/climate/google-search-climate-change.html>.
- Taylor, Emily/Neudert, Lisa-Maria/Hoffmann, Stacie/Howard, Philip N.*, Follow the Money: How the Online Advertising Ecosystem Funds COVID-19 Junk News and Disinformation, *Comrop Working Paper* 2020.1, <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2020/08/Follow-the-Money-3-Aug.pdf>.
- Teeling, Lauren/Niahm, Kirk*, Codecheck: a review of platform compliance with the EC Code of Practice on Disinformation, 2020, file:///C:/Users/U80858085/Downloads/20200428_CodeCheck_2020_JC.pdf.
- Tenove, Chris*, Protecting Democracy from Disinformation: Normative Threats and Policy Responses, *The International Journal of Press/Politics* 25 (2020), 517–537 (zit. als *Tenove*, *The International Journal of Press/Politics* 25 2020).
- Thommen, Stefan/Steiger, Raoul/Eichenberger Raphael*, *Medienmonitor Schweiz* 2017, Bericht, Zürich 2018.
- Thommen, Stefan/Steiger, Raoul/Eichenberger Raphael*, *Medienmonitor Schweiz* 2019, Bericht, Zürich 2020.
- Thomson, Robert et al.* (Hrsg.), Social, cultural, and behavioral modelling, 11th International conference, SBP-BRiMS 2018, Washington, DC, USA, July 10-13, 2018, Proceedings.
- Thorson, Kjerstin/Cotter, Kelley/Medeiros, Mel/Pak, Chankyung*, Algorithmic inference, political interest, and exposure to news and politics on Facebook, *Information, Communication & Society* 36 (2019), 1–18 (zit. als *Thorson et al.*, *Information, Communication & Society* 36 2019).
- Tiku, Nitasha/Newton, Casey*, Twitter CEO: 'We suck at dealing with abuse', *Dick Costolo says trolls are costing Twitter users* 2015, <https://www.theverge.com/2015/2/4/7982099/twitter-ceo-sent-memo-taking-personal-responsibility-for-the>.
- Tirrell, Lynne*, Toxic speech: Toward an epidemiology of discursive harm, *Philosophical Topics* 45 (2017), 139–162 (zit. als *Tirrell*, *Philosophical Topics* 45 2017).
- Treib, Oliver/Bähr, Holger/Falkner, Gerda*, Modes of governance: towards a conceptual clarification, *Journal of European public policy* 14 (2007), 1–20 (zit. als *Treib/Bähr/Falkner*, *Journal of European public policy* 14 2007).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Trenkamp, Oliver*, Bettina Wulff gegen Google, *Attacke auf den Algorithmus* 2012, <https://www.spiegel.de/netzwelt/web/bettina-wulff-klagt-gegen-google-a-854710.html>.
- Tresch, Anke/Lauener, Lukas/Bernhard, Laurent/Lutz, Georg/Scaperrotta, Laura*, Eidgenössische Wahlen 2019. Wahlteilnahme und Wahlentscheid, Lausanne 2020.
- Tucker, Joshua A./Guess, Andrew/Barberá, Pablo/Vaccari, Cristian/Siegel, Alexandra/Sanovich, Sergey/Stukal, Denis/Nyhan, Brendan*, Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature, 2018, <https://hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf>.
- Tungate, Allison*, Bare necessities: the argument for a 'revenge porn' exception in Section 230 immunity, *Information & Communications Technology Law* 23 (2014), 172–188, <https://doi.org/10.1080/13600834.2014.916936> (zugegriffen am 9.7.2021) (zit. als *Tungate*, *Information & Communications Technology Law* 23 2014).
- Twitter*, About specific instances when a Tweet's reach may be limited 2021, <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/twitter-reach-limited>.
- Twitter*, Richtlinie zu Hass schürendem Verhalten 2021, <https://help.twitter.com/de/rules-and-policies/hateful-conduct-policy>.
- United Nations*, Strategy and plan of action on hate speech, United Nations, 2019.
- United Nations Human Rights Council*, Report of the independent international fact-finding mission on Myanmar, United Nations A/HRC/39/64, 2018, <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/274/54/PDF/G1827454.pdf?OpenElement> (zugegriffen am 29.4.2021).
- Unkel, Julian/Haas, Alexander*, The effects of credibility cues on the selection of search engine results, *Journal of the Association for Information Science and Technology* 68 (2017), 1850–1862 (zit. als *Unkel/Haas*, *Journal of the Association for Information Science and Technology* 68 2017).
- Valeriani, Augusto/Vaccari, Cristian*, Accidental exposure to politics on social media as online participation equalizer in Germany, Italy, and the United Kingdom, *New Media & Society* 18 (2016), 1857–1874 (zit. als *Valeriani/Vaccari*, *New Media & Society* 18 2016).
- van Aelst, Peter/Strömbäck, Jesper/Aalberg, Toril/Esler, Frank/Vreese, Claes de/Matthes, Jörg/Hopmann, David/Salgado, Susana/Hubé, Nicolas/Stępińska, Agnieszka/Papathanassopoulos, Stylianos/Berganza, Rosa/Legnante, Guido/Reinemann, Carsten/Sheafer, Tamir/Stanyer, James*, Political communication in a high-choice media environment: a challenge for democracy?, *Annals of the International Communication Association* 41 (2017), 3–27 (zit. als *van Aelst et al.*, *Annals of the International Communication Association* 41 2017).
- Vincent, James*, Google 'fixed' its racist algorithm by removing gorillas from its image-labeling tech, Nearly three years after the company was called out, it hasn't gone beyond a quick workaround 2018, <https://www.theverge.com/2018/1/12/16882408/google-racist-gorillas-photo-recognition-algorithm-ai>.
- Vogler, Daniel/Rauchfleisch, Adrian/Eisenegger, Mark/Schwaiger, Lisa*, Agenda-Setting auf Twitter—welche Rolle spielen Informationsmedien in der Schweizer Twitter-Sphäre?, *Qualität der Medien* 2019, 47–57 (zit. als *Vogler et al.*, *Qualität der Medien* 2019).
- Vosoughi, Soroush/Roy, Deb/Aral, Sinan*, The spread of true and false news online, *Science* 359 (2018), 1146–1151 (zit. als *Vosoughi/Roy/Aral*, *Science* 359 2018).
- Walder, Stephan*, *cybercrime*, 2019 (zit. als *Walder*).
- Waldmann, Bernhard*, Art. 35 BV, in: Bernhard Waldmann, Eva-Maria Belser, Astrid Epiney (Hrsg.), *Bundesverfassung, Basler Kommentar*, Basel 2015 (zit. als *Waldmann*).
- Wallace, Julian*, Modelling contemporary gatekeeping: The rise of individuals, algorithms and platforms in digital news dissemination, *Digital Journalism* 6 (2018), 274–293 (zit. als *Wallace*, *Digital Journalism* 6 2018).

Intermédiaires et plateformes de communication

- Wardle, Claire/Derakhshan, Hossein*, Information Disorder, Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, 2017, <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77> (zugegriffen am 1.5.2019).
- Webster, James G.*, The marketplace of attention: How audiences take shape in a digital age, 2014 (zit. als *Webster*).
- Weedon, Jen/Nuland, William/Stamos, Alex*, Information Operations and Facebook, 27. April 2017, <https://fbnewsroomus.files.wordpress.com/2017/04/facebook-and-information-operations-v1.pdf>.
- Wolfsfeld, Gadi*, Making sense of media and politics: Five principles in political communication, New York 2011 (zit. als *Wolfsfeld*).
- YouTube*, Harassment and cyberbullying policies 2021, https://support.google.com/youtube/answer/2802268?hl=en&ref_topic=9282436#zippy=%2Cothers-types-of-content-that-violate-this-policy.
- YouTube*, YouTube test features and experiments 2021, <https://support.google.com/youtube/thread/18138167/youtube-test-features-and-experiments?hl=en>.
- YouTube Official Blog*, Continuing our work to improve recommendations on YouTube 2019, <https://blog.youtube/news-and-events/continuing-our-work-to-improve>.
- Zarocostas, John*, How to fight an infodemic, *The lancet* 395 (2020), 676 (zit. als *Zarocostas*, *The lancet* 395 2020).
- Zarouali, Brahim/Dobber, Tom/Pauw, Guy de/Vreese, Claes de*, Using a personality-profiling algorithm to investigate political microtargeting: Assessing the persuasion effects of personality-tailored ads on social media, *Communication Research* 2020, 1-26 (zit. als *Zarouali et al.*, *Communication Research* 2020).
- Zeller, Franz*, Kommentar zu Art. 28 StGB, in: Marcel Alexander Niggli, Hans Wiprächtiger (Hrsg.), *Strafrecht (StGB/JStGB)*, Strafgesetzbuch, Jugendstrafgesetz, Basler Kommentar, Basel 2018 (zit. als *Zeller*).
- Zeller, Franz/Kiener, Regina*, Art. 17 BV, in: Bernhard Waldmann, Eva-Maria Belser, Astrid Epiney (Hrsg.), *Bundesverfassung*, Basler Kommentar, Basel 2015 (zit. als *Zeller/Kiener*).
- Zhou, Shi/Mondragón, Raúl J.*, The rich-club phenomenon in the Internet topology, *IEEE Communications Letters* 8 (2004), 180–182 (zit. als *Zhou/Mondragón*, *IEEE Communications Letters* 8 2004).
- Zou, James/Schiebinger, Londa*, AI can be sexist and racist - it's time to make it fair, *Nature* 559 (2018), 324–326 (zit. als *Zou/Schiebinger*, *Nature* 559 2018).

Intermédiaires et plateformes de communication

16 Bases constitutionnelles et légales, documents

16.1 Suisse

16.1.1 Constitution, lois et ordonnance

Constitution fédérale de la Confédération suisse du 18 avril 1999 (Cst.; RS 101). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1999/404/de>

Loi fédérale du 18 mars 2016 sur la surveillance par poste et télécommunication (LSCPT, RS 780.1). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2018/31/de>

Loi fédérale du 19 décembre 1986 contre la concurrence déloyale (LCD, RS 241). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1988/223_223_223/de

Loi fédérale du 29 septembre 2017 sur les jeux d'argent (LJAR; RS 935.51). Online verfügbar unter: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2018/795/de>

Loi fédérale du 25 septembre 2015 sur le renseignement (LRens; RS 121). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2017/494/de>

Loi fédérale du 24 mars 2006 sur la radio et la télévision (LRTV; RS 784.40). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2007/150/de>

Loi fédérale du 12 décembre 2014 interdisant les groupes "Al-Qaïda" et "Etat islamique" et les organisations apparentées (RS 122). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2014/764/de>

Loi fédérale sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo (LPMFJ) (projet) (FF 2020 7999). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2020/2123/de>

Loi fédérale du 9 octobre 1992 sur le droit d'auteur et les droits voisins (LDA; RS 231.1). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1993/1798_1798_1798/de

Loi fédérale du 21 mars 1997 instituant des mesures visant au maintien de la sécurité interne (LMSI; RS 120). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1998/1546_1546_1546/de

Code pénal suisse du 21 décembre 1937 (CP; RS 311.0). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/54/757_781_799/de

Code civil suisse du 10 décembre 1907 (CC; RS 210). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/24/233_245_233/de

Convention du 23 novembre 2001 sur la cybercriminalité (Convention de Budapest; RS 0.311.43, AS 2011 6297, FF 2010 4275). Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/2011/888/de>

16.1.2 Arrêts du Tribunal fédéral

Arrêt du Tribunal fédéral ATF 96 I 586. Consultable en ligne sous: http://relevancy.bger.ch/php/clir/http/index.php?highlight_docid=atf%3A%2F%2F96-I-586%3Ade&lang=de&type=show_document

Arrêt du Tribunal fédéral ATF 128 IV 53. Consultable en ligne sous: https://www.bger.ch/ext/eurospider/live/de/php/clir/http/index.php?highlight_docid=atf%3A%2F%2F128-IV-53%3Ade&lang=de&zoom=&type=show_document

Intermédiaires et plateformes de communication

Arrêt du Tribunal fédéral ATF, arrêt du 16.11.2016, 1B_185/2016, 1B_186/2016, 1B_188/2016.

Consultable en ligne sous:

https://www.bger.ch/ext/eurospider/live/de/php/aza/http/index.php?highlight_docid=aza%3A%2F%2F16-11-2016-1B_185-2016&lang=de&type=show_document&zoom=YES&

Arrêt du Tribunal fédéral ATF, arrêt du 12.08.2009, 135 I 292, 1C_587/2008, 1C_15/2009. Consultable en ligne sous: http://relevancy.bger.ch/php/clir/http/index.php?highlight_docid=atf%3A%2F%2F135-I-292%3Ade&lang=de&type=show_document

Arrêt du Tribunal fédéral ATF, arrêt du 6.10.2004, 131 IV 23. Consultable en ligne sous:

http://relevancy.bger.ch/php/clir/http/index.php?highlight_docid=atf%3A%2F%2F131-IV-23%3Ade&lang=de&type=show_document

Arrêt du Tribunal fédéral ATF, arrêt du 20.09.2005, 1P.336/2005 /svc. Consultable en ligne sous:

http://relevancy.bger.ch/php/clir/http/index.php?highlight_docid=atf%3A%2F%2F131-IV-23%3Ade&lang=de&type=show_document

Arrêt du Tribunal administratif fédéral, arrêt du 19.5.2020. Qualification de fournisseur de services de télécommunication. A-550/2019. Consultable en ligne sous:

<https://jurispub.admin.ch/publiws/download;jsessionid=75B5756AB125E177F84B84949B8FF2DA?decisionId=7eee0b5c-429b-4450-bf74-f0a193c08bda>

Arrêt du Tribunal fédéral ATF, arrêt du 14.1.2013, 5A_792/2011. Responsabilité d'un hébergeur de blogs (Tribune de Genève). Consultable en ligne sous:

https://www.bger.ch/ext/eurospider/live/fr/php/aza/http/index.php?highlight_docid=aza%3A%2F%2F14-01-2013-5A_792-2011&lang=fr&type=show_document&zoom=YES&

16.1.3 Interventions politiques

Interpellation Grüter 17.3751 du 27.09.2017: Supprimer les vidéos à contenu djihadiste. Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20173751>

Interpellation Wermuth 20.3686 du 17.06.2020: Rapport sur l'antisémitisme 2019 et coronavirus. Outils de lutte contre les théories conspirationnistes d'extrême droite sur Internet. Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20203686>

Interpellation Bäumle 20.4715 du 18.12.2020: Désinformation numérique. Sous-estimons-nous le danger? Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20204715>

Interpellation Marchand-Balet 18.3448 du 04.06.2018: Les "Fake News" dans la démocratie helvétique. Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20183448>

Motion Levrat 16.4082 du 15.12.2016: Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux. Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164082>

Motion Schwaab 16.4080 du 15.12.2016: Faciliter l'accès des autorités de poursuite pénale aux données des réseaux sociaux. Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20164080>

Motion Marchand-Balet 18.3249 du 15.03.2018: Service centralisé pour lutter contre le "cyberstalking". Consultable en ligne sous:

<https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20183249>

Intermédiaires et plateformes de communication

Motion Glättli 18.3306 du 15.03.2018: Renforcer l'application du droit sur Internet en obligeant les grandes plateformes commerciales à avoir un domicile de notification. Consultable en ligne sous: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20183306>

Postulat 19.3421 du 29.04.2019, Commission de la science, de l'éducation et de la culture du Conseil des Etats: Suivi de la révision de la loi sur le droit d'auteur. Consultable en ligne sous: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20193421>

Postulat Pult 20.4431 du 09.12.2020: Publicité politique en ligne. Protéger notre démocratie. Consultable en ligne sous: <https://www.parlament.ch/de/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20204431>

16.1.4 Autres documents

Message relatif à la révision totale de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV). FF 2003 1425. Consultable en ligne sous: <https://www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2003/223/de>

Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2021 à 2024 (Message culture 2021–2024). Consultable en ligne sous: <https://fedlex.data.admin.ch/filestore/fedlex.data.admin.ch/eli/fga/2020/725/de/pdf-x/fedlex-data-admin-ch-eli-fga-2020-725-de-pdf-x.pdf>

Message concernant la loi fédérale sur la protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo Consultable en ligne sous: <https://www.newsd.admin.ch/newsd/message/attachments/62823.pdf>

Décision du Conseil fédéral du 13 décembre 2019: Défis de l'intelligence artificielle. Rapport du groupe de travail interdépartemental "Intelligence artificielle" au Conseil fédéral (EXE-Nr. 2019.2560).

16.2 Allemagne

Gesetz zum Staatsvertrag zur Modernisierung der Medienordnung in Deutschland vom 08. September 2020 (Medienstaatsvertrag). Consultable en ligne sous: <http://www.luewu.de/docs/gvbl/docs/2377.pdf>

Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken (Netzwerkdurchsetzungsgesetz – NetzDG) du 1er septembre 2017. Consultable en ligne sous: https://www.bmju.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/BGBl_NetzDG.pdf;jsessionid=00EC746AF5A02464D6786D7BFA6E33F5.1_cid297?__blob=publicationFile&v=2

16.3 UE

16.3.1 Union européenne

Directive (UE) 2000/31/CE du Parlement européen et du Conseil du 8 juin 2000 relative à certains aspects juridiques des services de la société de l'information, et notamment du commerce électronique, dans le marché intérieur (directive sur le commerce électronique). Consultable en ligne sous: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031&from=FR>

Directive (UE) 2018/1808 du Parlement européen et du Conseil du 14 novembre 2018 modifiant la directive 2010/13/UE visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à la fourniture de services de médias audiovisuels (directive Services de médias audiovisuels), compte tenu de l'évolution des réalités du marché Consultable en ligne sous: <https://eur-lex.europa.eu/legalcontent/FR/TXT/?uri=CELEX:32018L1808>

Directive (UE) 2015/1535 du Parlement européen et du Conseil du 9 septembre 2015 prévoyant une procédure d'information dans le domaine des réglementations techniques et des règles relatives

Intermédiaires et plateformes de communication

aux services de la société de l'information (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE). Consultable en ligne sous: EUR-Lex - 32015L1535 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

Règlement (UE) 2021/784 du Parlement européen et du Conseil du 29 avril 2021 relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne (TERREG). Consultable en ligne sous: L_2021172DE.01007901.xml (europa.eu)

16.3.1.1 Conseil européen

Conclusions du Conseil européen du 19-20 mars 2015. EUCO 11/15. Consultable en ligne sous: <https://www.consilium.europa.eu/media/21870/st00011fr15.pdf>

16.3.2 Commission européenne

Plan d'action pour la démocratie européenne; renforcer les démocraties de l'UE. Consultable en ligne sous: Plan d'action pour la démocratie (europa.eu)

Commission européenne du 15.12.2020 (COM(2020) 825 final). Proposition de RÈGLEMENT DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL relatif à un marché intérieur des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE. Consultable en ligne sous: EUR-Lex - 52020PC0825 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

Code de bonnes pratiques contre la désinformation. Consultable en ligne sous: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=59132

Communications de la Commission: Lignes directrices pour l'application pratique du critère relatif à la fonctionnalité essentielle figurant dans la définition d'un "service de plateformes de partage de vidéos" établie par la directive Service de médias audiovisuels (2020/C 223/02). Consultable en ligne sous: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707\(02\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707(02)&from=EN)

Proposition de Règlement du Parlement européen du Conseil relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique (législation sur les marchés numériques). Consultable en ligne sous: EUR-Lex - 52020PC0842 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

Proposition de Règlement du Parlement européen et du Conseil relatif à un marché intérieur des services numériques (Législation sur les services numériques) et modifiant la directive 2000/31/CE. COM(2020) 825 final. Consultable en ligne sous: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020PC0825&from=fr>

16.3.3 Conseil de l'Europe

Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales du 4 novembre 1950 (CEDH, SR 0.101). Consultable en ligne sous: https://www.fedlex.admin.ch/eli/cc/1974/2151_2151_2151/fr

Recommandation CM/Rec(2018)1 du Comité des Ministres des Etats membres sur le pluralisme des médias et la transparence de leur propriété du 7 mars 2018. Consultable en ligne sous: <https://rm.coe.int/0900001680790e36>

Recommandation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries du 7 mars 2018. Consultable en ligne sous: <https://rm.coe.int/1680790e14>

Protocole additionnel à la Convention sur la cybercriminalité, relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques du 28.01.2003. Consultable en ligne sous: Liste complète (coe.int)

Intermédiaires et plateformes de communication

16.4 Cour européenne des droits de l'homme CEDH

Décision de la Cour européenne des droits de l'homme du 20 octobre 2015. Consultable en ligne sous : [https://hudoc.echr.coe.int/fre#%22itemid%22:\[%22001-158752%22\]](https://hudoc.echr.coe.int/fre#%22itemid%22:[%22001-158752%22])

Décision de la Cour européenne des droits de l'homme du 13 juillet 2021, 16354/06. Consultable en ligne sous : [https://hudoc.echr.coe.int/fre#%22itemid%22:\[%22001-112165%22\]](https://hudoc.echr.coe.int/fre#%22itemid%22:[%22001-112165%22])

16.5 France

LOI n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information (cit. comme: "Loi contre la manipulation de l'information", "loi infox"). Consultable en ligne sous : <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000037847559/>

16.6 Grande-Bretagne

Online Harms White Paper (état: 12 février 2020). Consultable en ligne sous: <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper/online-harms-white-paper>

16.7 Italie

Impegni assunti dalle società esercenti le piattaforme on line per garantire la parità di accesso dei soggetti politici alle piattaforme digitali durante la campagna elettorale per le elezioni dei membri del Parlamento europeo spettanti all'Italia – 2019 (Initiative d'autorégulation de l'AGCOM du 15 mai 2019, cit. Impegni assunti). Consultable en ligne sous: <https://www.agcom.it/documents/10179/13511391/Documento+generico+15-05-2019/8a187ec9-5a3b-467c-be5e-13791de74bb6?version=1.0>

16.8 Autriche

Bundesgesetz über Massnahmen zum Schutz der Nutzer auf Kommunikationsplattformen (Kommunikationsplattformen-Gesetz – KoPI-G). Consultable en ligne sous: https://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXVII/ME/ME_00049/fname_819533.pdf

16.9 Nations Unies

United Nations. United Nations Human Rights Committee. International Covenant on Civil and Political Rights. General Comment No. 34 (CCPR/C/GC/34, 12.09.2011). Consultable en ligne sous: <https://www2.ohchr.org/english/bodies/hrc/docs/gc34.pdf>

16.10 USA

Communications Decency Act of 1995, (S. 314, 104th Congress, 1995-1996). Consultable en ligne sous: <https://www.congress.gov/104/bills/s314/BILLS-104s314is.pdf>

SAFE SEX Workers Study Act (FOSTA-SESTA, S.3165, 116th Congress, 2019-2020). Consultable en ligne sous: <https://www.congress.gov/116/bills/s3165/BILLS-116s3165is.pdf>

Intermédiaires et plateformes de communication

17 Annexe: Comparaison des mesures de lutte contre les aspects problématiques, spécifiquement pour les intermédiaires en Europe et en Suisse

Discours haineux: aspects problématiques	Obligation de diligence des intermédiaires et mesures (en discussion ou en vigueur)	UE/exemples nationaux	CH (pour les intermédiaires spécifiquement)
<p>Diffusion rapide et à large échelle de contenus en ligne illégaux:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les intermédiaires ignorent la présence de contenus illégaux sur leurs plateformes - Les intermédiaires n'examinent et ne suppriment pas suffisamment les contenus en ligne illégaux. 	<p>Les intermédiaires doivent mettre un système de signalement à la disposition des utilisateurs.</p>	<p>UE (DSA, SMA [aussi en ce qui concerne les contenus préjudiciables, mais pas forcément illégaux]) Allemagne (NetzDG) Angleterre (O-Harms WP) Autriche (KoPI-G) Belgique (Note Lcdh) Irlande (O-Smrb)</p>	
	<p>"Clause du bon samaritain" (pas de perte du privilège de responsabilité / pas d'effets dissuasifs pour les intermédiaires en cas de mesures de suppression de contenus illégaux prises sur une base volontaire)</p>	<p>UE (DSA)</p>	
	<p>Examen et, le cas échéant, suppression par les intermédiaires dans un certain délai des contenus signalés (p. ex. contenu manifestement illégal ou de propagande terroriste)</p>	<p>UE (DSA, SMA, TERREG) Allemagne (NetzDG) Angleterre (O-Harms WP) Autriche (KoPI-G) Belgique (Note Lcdh) Irlande (O-Smrb)</p>	<p>partiellement volontaire, par les intermédiaires</p>
	<p>Coopération avec les autorités nationales en cas d'injonction d'agir contre un contenu illégal</p>	<p>UE (DSA)</p>	
	<p>Examen prioritaire et, le cas échéant, suppression des contenus signalés par des "trusted flaggers" (organisations de confiance)</p>	<p>UE (DSA) Irlande (O-Smrb)</p>	<p>partiellement volontaire par les intermédiaires (fedpol, FSCI et CICR chez YouTube, GRA chez Facebook)</p>
	<p>Mesures contre les utilisations abusives des services: les intermédiaires doivent suspendre, temporairement et après avertissement, leur service pour les utilisateurs qui diffusent manifestement et fréquemment des contenus illicites.</p>	<p>UE (DSA)</p>	
<p>Application du droit (pénal), plus difficile en ligne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les contenus illégaux ne font pratiquement jamais l'objet de dénonciations. Les poursuites transfrontalières sont plus difficiles dans 	<p>Obligation des intermédiaires de signaler aux autorités (de poursuite de pénale), en particulier les infractions graves (dans certains cas, aussi obligation de conserver les preuves) et droit d'information envers les intermédiaires. Partiellement, obligations supplémentaires de conservation des preuves</p>	<p>UE (DSA) Allemagne (NetzDG, GBRH) Autriche (KoPI-G) Irlande (O-Smrb)</p>	

Intermédiaires et plateformes de communication

l'internet, notamment en raison d'une qualification juridique différente	Harmonisation du droit pénal	1 ^{er} protocole additionnel à la Convention sur la cybercriminalité	non ratifiée
Diffusion rapide et à large échelle de contenus en ligne préjudiciables (pas nécessairement illégaux)	Système de signalement pour les utilisateurs Examen et, le cas échéant, suppression Système de contrôle de l'âge pour les contenus préjudiciables aux mineurs	UE (SMA)	Pour les <i>contenus préjudiciables pour les mineurs [pas forcément illégaux]</i> sur les services de plateformes de films et de vidéos: le P-LPMFJ prévoit un système de signalement pour les utilisateurs et un système de contrôle de l'âge
"Surblocage" : risque de suppression ou de blocage arbitraire ou à tort de contenus ou de comptes	Transparence / justification des suppressions et des blocages de comptes par les intermédiaires	- UE (DSA) - France (Loi infox) - Belgique (Note Lcdh)	
	Système de réclamations internes contre les suppressions	UE (DSA, AVMD-RL) Allemagne (NetzDG)	
	Procédures de conciliation extrajudiciaire	UE (DSA, AVMD-RL) Allemagne (NetzDG, MStV)	
	Mesures contre les utilisations abusives des services : les intermédiaires doivent suspendre, temporairement et après avertissement, leur service pour les utilisateurs qui déposent manifestement et fréquemment des signalements ou des réclamations infondés.	UE (DSA)	
	Evaluation et réduction de risques par les intermédiaires	UE (DSA)	
	Rapport sur la modération des contenus : p. ex. nombre de suppressions et motif de la suppression	UE (DSA) Allemagne (NetzDG)	
Evaluation lacunaire des risques (<i>en ce qui concerne les contenus illégaux et préjudiciables</i>)	Obligation pour les intermédiaires d'évaluer et de réduire les risques et vérification indépendante (audits), y compris responsables de la conformité et obligation de remettre des rapports	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne)	
Manque de données pour la surveillance et sur les risques systémiques	Accès aux données pour la recherche	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne) Allemagne (NetzDG)	
Prise de conscience des problèmes insuffisante de la part des utilisateurs	Promotion des compétences médiatiques et prévention	UE (SMA)	partiellement: programmes étatiques et privés, existants ou en cours de lancement (SLR, OFAS)

Discours haineux: Traitement des aspects problématiques en Europe et en Suisse

Intermédiaires et plateformes de communication

Désinformation: Aspects problématiques	Obligation de diligence des intermédiaires et mesures (en discussion ou en vigueur)	UE/exemples nationaux	CH (pour les intermédiaires spécifiquement)
Définition imprécise de la désinformation	Collaboration des intermédiaires avec des vérificateurs de faits	UE (CPD) France (Loi infox) Angleterre (O-Harms WP) Italie (Impegni assunti)	Partiellement volontaire par les intermédiaires (Agence France Presse, Deutsche Presse-Agentur)
Diffusion rapide et à large échelle de la désinformation en ligne	Réduction des incitations financières à la diffusion	UE (CPD, EAD) France (Loi infox)	aucune
	Système de signalement pour les utilisateurs	France (Loi infox) Angleterre (O-Harms WP)	aucune
	Ordre judiciaire de suppression avant des périodes d'élection	France (Loi infox)	aucune
	Réduction de la visibilité de la désinformation signalée par des vérificateurs de faits	Angleterre (O-Harms WP)	aucune
	Signalement de la publicité (politique et/ou commerciale)	UE (DSA, AVMD-RL, CPD, EAD) France (Loi infox) Angleterre (O-Harms WP) Italie (Impegni assunti)	aucune
	Mesures contre les abus des bots automatisés et des faux comptes	EU (CPD) Angleterre (O-Harms WP) Italie (Impegni assunti)	aucune
Evaluation lacunaire des risques (<i>en ce qui concerne les contenus illégaux et préjudiciables</i>)	Obligation pour les intermédiaires d'évaluer et de réduire les risques et vérification indépendante (audits), y compris responsables de la conformité et obligation de remettre des rapports	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne))	aucune
Manque de données pour la surveillance et sur les risques systémiques	Accès aux données pour la recherche	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne, CPD)	aucune
Prise de conscience des problèmes insuffisante de la part des utilisateurs	Promotion des compétences médiatiques et prévention	- UE (CPD, EAD) - Norvège (guide de l'autorité en collaboration avec des vérificateurs de faits)	aucune
Affaiblissement du système des médias	Renforcement de la liberté et du pluralisme des médias	UE (EAD)	

Désinformation: Traitement des aspects problématiques en Europe et en Suisse

Intermédiaires et plateformes de communication

Absence de contrôle démocratique et non-transparence: Aspects problématiques	Obligation de diligence des intermédiaires et mesures (en discussion ou en vigueur)	UE/exemples nationaux	CH (pour les intermédiaires spécifiquement)
<i>Position de force des intermédiaires vis-à-vis des utilisateurs</i>	<i>Renforcement des droits des utilisateurs</i>		
Risque d'inégalité de traitement / de discrimination de certains contenus ou utilisateurs	Interdictions de discrimination , p. ex. interdiction d'obstruction systématique ou injustifiée des contenus journalistiques	Allemagne (MStV) Italie (Impegni assunti)	
Systèmes de recommandation personnalisés (profilage)	Option d'opting-out concernant le profilage	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne)	
"Surblocage" et manque de garanties de procédure: risque de suppression ou de blocage arbitraire ou à tort de contenus ou de comptes.	Transparence / justification des suppressions et des blocages de comptes par les intermédiaires	UE (DSA) France (Loi infox) Belgique (Note Lcdh)	
	Système de réclamations internes contre les suppressions	UE (DSA, AVMD-RL) Allemagne (NetzDG, MStV)	
	Procédures de conciliation extrajudiciaire	UE (DSA, AVMD-RL) Allemagne (NetzDG, MStV)	
	Rapport sur la modération des contenus: p. ex. nombre de suppressions et motif de la suppression	UE (DSA)	
<i>Non-transparence</i>	<i>Transparence</i>		
Non-transparence des critères de sélection (critères d'admissibilité des contenus et des systèmes de recommandation)	Transparence sur les critères d'admissibilité et les systèmes de recommandation (paramètres principaux)	UE (DSA: concernant les systèmes de recommandation pour les très grandes plateformes) Allemagne (MStV)	
Pas de signalement complet ou incomplet de la publicité → libre formation de l'opinion plus difficile.	Signalement de la publicité (politique et commerciale)	UE (DSA, AVMD-RL, CPD, EAD) France (Loi infox) Angleterre (O-Harms WP) Italie (Impegni assunti)	
Indications incomplètes sur la publicité (notamment sur l'annonceur, principaux paramètres d'affichage) → libre formation de l'opinion plus difficile.	Indications sur l'annonceur et les principaux paramètres d'affichage Informations supplémentaires dans une archive	UE (DSA, partiellement que pour les très grandes plateformes)	
Pas de Signalement des bots → libre formation de l'opinion plus difficile	Signalement des bots	UE (CPD) Angleterre (O-Harms WP) Italie (Impegni assunti) Allemagne (MStV)	

Intermédiaires et plateformes de communication

Evaluation lacunaire des risques <i>(en ce qui concerne les contenus illégaux et préjudiciables)</i>	Obligation pour les intermédiaires d'évaluer et de réduire les risques et vérification indépendante (audits), y compris responsables de la conformité et obligation de remettre des rapports	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne)	
Manque de données pour la surveillance et sur les risques systémiques	Accès aux données pour la recherche	UE (DSA: pour les très grandes plateformes en ligne, CPD)	

Absence de contrôle démocratique et non-transparence: Traitement des aspects problématiques en Europe et en Suisse

Application du droit vis-à-vis d'acteurs étrangers: aspects problématiques	Obligation de diligence des intermédiaires et mesures (en discussion ou en vigueur)	UE/exemples nationaux	CH (pour les intermédiaires spécifiquement)
Application territoriale	Application extraterritoriale: principe d'effet et de localisation du marché	EU (DSA) Allemagne (NetzDG)	voir chapitre 13
Application du droit plus difficile: - Intermédiaires difficiles à contacter - Sanctions peu dissuasives	Désignation d'un représentant légal au niveau national	UE (DSA) Allemagne (NetzDG)	LPD Motion 18.3306 Glättli (acceptée par le CE et le CN)
	Responsabilité du représentant légal	UE (DSA)	
	Sanctions élevées	UE (DSA) Allemagne (NetzDG)	peu

Application du droit vis-à-vis des intermédiaires étrangers: Traitement des aspects problématiques en Europe et en Suisse

Légende / Abréviations:

DSA: Législation sur les services numériques (projet de directive de la Commission régissant les obligations et des responsabilités des services numériques), serait applicable dans l'UE

SMA: Directive de l'UE sur les services de médias audiovisuels (en vigueur), applicable dans l'UE

TERREG: Règlement de l'UE relatif à la lutte contre la diffusion des contenus à caractère terroriste en ligne (en vigueur), applicable dans l'UE

CPD: Code de bonnes pratiques contre la désinformation (code de bonnes pratiques volontaire de lutte contre la désinformation), applicable dans l'UE

EAD: Plan d'action pour la démocratie (proposition de la Commission de mesures légales et de recommandations visant à renforcer la démocratie dans l'UE)

P-LPMFJ: Projet suisse de nouvelle loi de protection des mineurs dans les secteurs du film et du jeu vidéo, serait applicable en Suisse

1^{er} protocole additionnel à la Convention sur la cybercriminalité: Premier protocole additionnel à la Convention sur la cybercriminalité relatif à l'incrimination d'actes de nature raciste et xénophobe commis par le biais de systèmes informatiques (en vigueur), applicable pour les Etats membres du protocole

NetzDG (inkl. NetzDGÄndG): Netzwerkdurchsetzungsgesetz und Gesetz zur Änderung des Netzwerkdurchsetzungsgesetzes (en vigueur), applicable en Allemagne

GBRH: Gesetz zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität, applicable en Allemagne

MStV: Medienstaatsvertrag (en vigueur), applicable en Allemagne

Intermédiaires et plateformes de communication

KoPI-G, Kommunikationsplattformen-Gesetz gegen Hass im Netz (en vigueur), applicable en Autriche

Note Lcdh: Note d'orientation sur la lutte contre certaines formes de contenus illicites sur Internet, en particulier le discours de haine (première proposition de l'autorité de régulation d'une réglementation juridique des réseaux sociaux), serait applicable en Belgique francophone.

Loi infox: Loi contre la manipulation de l'information (en vigueur), applicable en France

O-Harms WP: Online Harms White Paper (première proposition du gouvernement d'une réglementation juridique de l'internet; entre-temps projet d'une Online Safety Bill), serait applicable au Royaume-Uni

O-Smrb: Projet d'une Online Safety Bill et d'une Media Regulation Bill, serait applicable en Irlande

Impegni assunti: Initiative d'autorégulation de l'autorité italienne de la communication AGCOM du 15 mai 2019