



HAL
open science

De la pandémie à l'invasion du Capitole: les enjeux politiques de l'emprise des GAFAM sur l'espace public numérique

Nikos Smyrnaiois

► To cite this version:

Nikos Smyrnaiois. De la pandémie à l'invasion du Capitole: les enjeux politiques de l'emprise des GAFAM sur l'espace public numérique. 2021. halshs-03500742

HAL Id: halshs-03500742

<https://shs.hal.science/halshs-03500742>

Preprint submitted on 22 Dec 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

De la pandémie à l'invasion du Capitole : les enjeux politiques de l'emprise des GAFAM sur l'espace public numérique

Nikos Smyrnaiois, maître de conférences HDR en Sciences de l'information et de la communication, LERASS, Université de Toulouse.

« *Je sais que j'ai du sang sur les mains maintenant* ». Cette phrase issue d'un mémo interne de Facebook qui a fuité dans la presse en septembre 2020 a révélé au monde l'ampleur et le caractère potentiellement dramatique de l'influence néfaste que peuvent avoir les grandes plateformes numériques sur le jeu politique et le fonctionnement démocratique des nombreux pays¹. Avant d'être licenciée, l'auteure du mémo, Sophie Zhang, était employée par Facebook en tant que *data scientist* chargée de traquer ce que l'entreprise californienne appelle « comportement inauthentique », à savoir la création en masse de faux comptes, *likes* et autres partages.

Au fur et à mesure de son travail, elle a constaté que Facebook facilite l'ingérence dans les élections et la propagande politique et, à moins que cette activité ne nuise aux intérêts commerciaux de l'entreprise, celle-ci ne se soucie pas de régler le problème. Dans son mémo elle identifiait des dizaines de pays, dont l'Inde, le Mexique, l'Afghanistan et la Corée du Sud, où ce type d'abus permettait à des politiciens mais aussi à des agences de renseignement de manipuler le public. Elle a également révélé le peu de mesures prises par l'entreprise pour atténuer le problème, malgré ses efforts répétés pour le porter à l'attention de la direction.

Quelques mois plus tard, en octobre 2021, une autre lanceuse d'alerte, Frances Haugen, ancienne cheffe de produit chez Facebook, a témoigné à charge contre son ex-employeur lors d'une audition au sénat américain. S'appuyant sur des milliers de documents internes de Facebook, elle a expliqué devant les sénateurs que l'algorithme de la plateforme privilégie les contenus qui génèrent davantage de réactions, y compris négatives, ce qui revient à augmenter la visibilité de sources de désinformation, de propagande et de discours de haine. Elle a aussi

¹ <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/facebook-ignore-political-manipulation-whistleblower-memo>

expliqué que les dirigeants de Facebook étaient prévenus de la radicalisation de nombreux supporters de Donald Trump et du flot de désinformation en lien avec l'élection présidentielle américaine de 2020, mais n'ont pas réagi en conséquence. Cette énième révélation sur le dysfonctionnement d'un des plus puissants géants de la Silicon Valley, les fameux GAFAM (Smyrniotis, 2017) a remis sur le devant de la scène publique la question de leur influence politique.

En effet, les plateformes numériques de distribution de contenu et de réseautage social, comme YouTube, Facebook ou Twitter, se trouvent aujourd'hui au cœur de l'espace public numérique dans lequel s'informe une grande partie de la population et où se déroule l'essentiel du débat. De ce fait, leur fonctionnement constitue un enjeu politique de première importance. Ces plateformes d'infomédiation (Rebillard, Smyrniotis, 2019) reconfigurent la production, la distribution et la valorisation du contenu culturel de manière à la fois profonde et complexe et, en retour, elles sont également façonnées par les usages multiples et massifs dont elles font l'objet (Duffy, Poell, Nieborg, 2019). En même temps, leur emprise génère une réaction de la part des industriels de la culture, comme les organisations médiatiques, mais également de la part des acteurs politiques tels que les États, les partis et organisations politiques, les mouvements sociaux « *qui s'adaptent à leur nouvel environnement économique et mettent en place des stratégies à même d'en tirer parti (et profit)* » (Bullich, Schmitt, 2019, p.2).

Le point commun des géants du numérique est de contrôler l'infrastructure technique qui organise une forme d'« architecture de la visibilité » globale (Bucher, 2018). En effet, leurs algorithmes décident de ce qui est rendu visible et dans quel degré pour des milliards d'internautes dans le monde. Ces algorithmes constituent ainsi les *gatekeepers* contemporains qui, à l'instar des journalistes, sélectionnent et hiérarchisent l'information en contribuant à définir l'agenda médiatique et politique (Röhle, 2009). Ce processus de sélection et de hiérarchisation a un impact considérable sur les représentations sociales, c'est à dire sur la « *réalité commune à un ensemble social* » (Jodelet, 1989, p. 36), et par extension sur la formation de l'opinion publique. Émerge donc la question, profondément politique, d'une double régulation : d'un côté la régulation *de facto* de la visibilité des idées et des opinions ainsi que de la liberté d'expression exercée par les plateformes numériques ; de l'autre la régulation politique, économique et technique du fonctionnement de ces mêmes plateformes. Autrement dit, à la question de savoir qui décide de ce qui est visible dans l'espace public

numérique et comment, s'ajoute celle, au moins aussi importante, de savoir qui définit et comment la manière dont ces décisions se prennent.

La question de la régulation des plateformes est d'autant plus significative aujourd'hui que nous nous trouvons désormais à mille lieux de l'époque où Mark Zuckerberg par exemple pouvait affirmer sérieusement que Facebook n'est qu'un simple prestataire technique neutre². Il est en effet désormais de notoriété publique que derrière le fonctionnement supposément automatisé des algorithmes se cache toute une série d'opérations humaines : des cadres législatifs imposés par les États aux efforts de lobbying incessants des propriétaires de plateformes et jusqu'aux choix opérés quotidiennement par les travailleurs précaires du clic que sont les modérateurs de contenu (Roberts, 2019), le fonctionnement des plateformes est conditionné par les rapports sociaux et leur reproduction (Bhattacharya, 2017).

Dans ce chapitre, je vais tenter d'analyser les multiples facteurs qui interviennent dans la régulation politique de l'espace public numérique et d'éclairer les enjeux qui découlent de la domination des GAFAM à travers deux exemples : la période de la pandémie du Covid-19 et la « déplatformisation » de Donald Trump suite à l'invasion du Capitole par ses supporters en janvier 2021.

L'utilisation des plateformes numériques pendant la pandémie

Selon Mark Zuckerberg, l'afflux d'utilisation des différentes applications et services pendant le confinement a été sans précédent dans l'histoire de son entreprise. En mars 2020, Facebook a connu une augmentation de plus de 50 % de l'utilisation de ses services de messagerie et d'appel vidéo (WhatsApp, Messenger et Instagram) dans les pays sous confinement. En Italie, le temps passé dans ces différentes applications a augmenté de 70 %, et de plus 1 000 % pour les appels de groupe³. De son côté, Twitter a vu le nombre de ses utilisateurs quotidiens exploser et Reddit a connu une énorme fréquentation de ses forums thématiques liés à l'actualité⁴.

² <https://qz.com/770743/zuckerberg-says-facebook-will-never-be-a-media-company-despite-controlling-the-worlds-media/>

³ Facebook: Keeping Our Services Stable and Reliable During the COVID-19 Outbreak, communiqué de presse, 24 mars 2020.

⁴ Twitter: Twitter Withdraws Q1 Guidance Due to COVID-19 Impact, communiqué de presse, 23 mars 2020.

Un pic considérable d'activité a eu lieu également au sein des services davantage tournés vers le divertissement, qui montent en puissance ces dernières années, comme Instagram, propriété de Facebook, TikTok, contrôlé par le géant chinois ByteDance et Twitch la plateforme de streaming d'Amazon⁵. YouTube de son côté a réduit la qualité de ses vidéos dans un effort de faire face à la consommation accrue de bande passante dans le monde entier⁶. La période aura vu l'explosion de contenus générés par des utilisateurs (*user generated content*), avec une prédominance des formats vidéo dans lesquels les internautes ont déployé des trésors de créativité pour s'exprimer, partager, communiquer et tromper l'ennui.

Isolement, temps disponible, actualité dense et enjeux complexes : tous les ingrédients étaient en place pour intensifier les usages numériques. Selon un rapport interne de Facebook, cité par le New York Times, entre le 19 et le 22 mars 2020, plus de la moitié des contenus d'actualité consultés au sein de la plateforme depuis les États-Unis concernaient la Covid-19⁷. Facebook a renforcé ainsi sa position d'infomédiaire central qui redistribue du trafic massivement vers les sites d'information : durant les deux premières semaines de mars, le Washington Post et le New York Times ont reçu deux fois plus de visites depuis Facebook qu'en février. Le même rapport mentionne explicitement que Facebook a poussé, à travers ses algorithmes, les utilisateurs les plus influents à consulter davantage les sources bien notées de manière à diffuser des informations « crédibles » sur la pandémie en faisant apparaître ces contenus plus souvent dans leur fil d'actualité. Réciproquement, des éditeurs considérés comme peu fiables ou engagés politiquement ont connu des baisses significatives du nombre de visites reçues *via* Facebook et cela sans que les critères d'évaluation soient transparents.

Rumeurs, campagnes de désinformation et controverses

Si Facebook mais aussi Twitter et YouTube ont mis en œuvre des dispositifs algorithmiques pour augmenter la portée des informations provenant d'organisation médiatiques reconnues, c'est parce que la crise pandémique a fait exploser la quantité de rumeurs infondées et de tentatives de manipulation autour du Covid-19 ainsi que le nombre d'internautes touchés⁸. Ainsi, par exemple, des nombreuses sources ont colporté l'idée selon laquelle le virus aurait

⁵ Obviously, Staying Connected During COVID-19, communiqué de presse, mars 2020.

⁶ <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-03-24/youtube-to-limit-video-quality-around-the-world-for-a-month>

⁷ <https://www.nytimes.com/2020/03/23/technology/coronavirus-facebook-news.html>

⁸ <https://www.newsguardtech.com/facebook-super-spreaders-europe/>

été créé artificiellement au sein de laboratoires secrets, tantôt en Chine, tantôt aux Etats-Unis. En Allemagne, une rumeur très répandue a présenté la cocaïne comme un remède efficace⁹. Donald Trump a même laissé entendre que l'ingestion de désinfectant pourrait guérir les malades¹⁰. En France c'est le très médiatique professeur Didier Raoult qui a créé la controverse avec sa proposition de prescrire la chloroquine aux personnes ayant contracté le virus¹¹. La pandémie a été l'occasion de constater à nouveau qu'une grande partie de ce que l'on nomme communément « fake news » provient des célébrités et des politiciens qui disposent d'une importante audience (Brennen et al., 2020).

Pendant la pandémie le flux de désinformation a été aussi alimenté par des gouvernements et des services étatiques qui s'adonnent à des campagnes de propagande coordonnées en ligne dans le cadre des « guerres d'information » (Allagui, Akdenizli, 2019). Twitter a ainsi annoncé le démantèlement d'un réseau lié au gouvernement chinois comprenant plus de 170 000 comptes¹². Ce réseau diffusait de la propagande en faveur du régime chinois depuis plusieurs mois et a été particulièrement actif pendant la pandémie. Dans la même lignée, plusieurs groupes d'extrême droite, comme Génération identitaire en France, se sont saisis de l'occasion pour avancer leur agenda visant des groupes minoritaires (musulmans, juifs, LGBT, migrants) et appelant parfois à la violence¹³. Plus généralement, la crise pandémique a vu s'exacerber le phénomène de *propagande computationnelle* qui désigne la capacité d'une multitude d'acteurs, privés comme publics, à mobiliser une panoplie d'outils numériques sophistiqués à des fins de manipulation et d'endoctrinement (Woolley, Howard, 2018).

Afin de contrer ces tentatives, les plateformes numériques ont renforcé leur collaboration avec certains médias présélectionnés pour promouvoir des contenus fiables. Facebook a même mis en place un portail spécifique avec une sélection d'articles sur l'actualité de la pandémie qualifié de « Centre d'information sur le coronavirus »¹⁴. Le gouvernement français s'est également essayé au recensement d'articles de médias présentant des informations sur la crise sanitaire jugées fiables. Cette initiative, assez proche du dispositif déployé par Facebook, a été

⁹ Frischlich L., Schatto-Eckrodt T., Kuhlfeldt L., Clever L., 2020, « Fueling the Infodemic ? Consuming Alternative and Non-professional News During the Corona Crisis », DemoRESILdigital Project.

¹⁰ www.bbc.com/news/world-us-canada-52399464

¹¹ <https://larevuedesmedias.ina.fr/etude-coronavirus-covid19-traitement-mediatique-raoult-chloroquine>

¹² https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/information-operations-june-2020.html

¹³ <https://www.isdglobal.org/wp-content/uploads/2020/04/Covid-Briefing-2.pdf>

¹⁴ https://www.facebook.com/coronavirus_info/

très fortement critiquée par les sociétés de rédaction et les médias dans leur ensemble et a fini par être abandonnée¹⁵.

L'internet, lieu de politisation de la pandémie

Ces tentatives de définir la « bonne » information qui se sont développées pendant la pandémie s'insèrent dans un contexte de lutte communicationnelle pour le cadrage des faits et l'attribution des responsabilités qui advient systématiquement en cas de crise¹⁶. En l'occurrence, cette lutte a concerné les raisons qui expliquent la crise sanitaire et le confinement, mais aussi, plus fondamentalement, les leçons politiques de cette expérience. En parallèle de la couverture médiatique classique, les simples citoyens se sont saisis de ces questions sur les réseaux socio-numériques. Ainsi, plusieurs sites ont été créés pour fédérer les victimes de la pandémie et mettre en place des actions collectives¹⁷. Des pétitions se sont lancées pour soutenir les plaintes des médecins et des soignants contre le gouvernement. La déclaration du Premier ministre Édouard Philippe selon laquelle il « ne laissera personne dire qu'il y a eu du retard dans les mesures de confinement » a été récupérée et adaptée dans des mots d'ordre d'opposition, des pétitions critiques et des nombreux memes la tournant en dérision. Des centaines de vidéos de médecins et d'infirmiers ont circulé, dénonçant la dégradation de leurs conditions de travail et le manque de matériel.

Dans la continuité des mouvements sociaux de ces dernières années, des milliers de messages ont été publiés sur les réseaux socio-numériques, souvent accompagnés de photos et de vidéos, mettant en cause la répression policière du personnel soignant par le passé et la « casse du service public » qui a aggravé la crise sanitaire ou le sous-financement de la recherche publique. Des *hashtags* comme #PlusJamaisÇa et #OnOublieraPas ont été lancés pour anticiper la conflictualité sociale qui devrait suivre la fin du confinement et l'entrée dans la crise économique à proprement parler. Enfin, d'innombrables textes ont circulé, mettant en cause notre mode de développement et le fonctionnement politique de nos sociétés, exigeant des changements radicaux pour faire face aux défis de notre ère – celui de Vincent Lindon, lu dans une vidéo pour Mediapart, a rencontré un immense succès (plus de onze millions de vues

¹⁵ https://www.lemonde.fr/idees/article/2020/05/03/l-etat-n-est-pas-l-arbitre-de-l-information_6038527_3232.html

¹⁶ Resodihardjo S., 2020, *Crises, Inquiries and the Politics of Blame*, Palgrave Macmillan.

¹⁷ Par exemple <https://www.coronavictimes.fr/> et plaintecovid.fr

sur YouTube et Facebook en une semaine)¹⁸. L'espace public numérique est apparu ainsi en France comme l'arène où les enjeux de la pandémie ont été sans cesse politisés.

L'invasion du capitol et la déplateformisation de Trump

Aux États-Unis, l'invasion du Capitole, mercredi 6 janvier 2021, par des supporters radicalisés de Donald Trump après que ce dernier les a invités à y marcher, a créé une onde de choc à travers le monde. Dans la foulée, et sous la pression, les principales plateformes des médias sociaux ont suspendu les comptes personnels du président étatsunien encore en exercice, ouvrant ainsi un large débat sur la liberté d'expression en ligne et le pouvoir exorbitant des acteurs oligopolistiques de la Silicon Valley. Ces derniers, loin de constituer des pouvoirs transcendants et autonomes, apparaissent désormais clairement pour ce qu'ils sont : des entités politiques qui font l'objet de luttes internes et externes avec comme enjeu rien de moins que le fonctionnement démocratique de l'espace public numérique.

La réaction de Facebook

Dans les heures qui ont suivi l'irruption des manifestants dans le Capitole, Facebook a annoncé la suppression d'une vidéo publiée sur le compte de Donald Trump dans laquelle ce dernier demandait à ses supporters de rentrer chez eux, tout en réitérant des propos mettant en doute les résultats des élections. Il en a été de même pour Instagram. Après l'avoir signalée comme problématique, Twitter et YouTube ont également supprimé cette vidéo. Dans la nuit du 6 janvier la pression est montée d'un cran après que les images du saccage du Capitole ont circulé dans le monde entier, provoquant l'indignation générale.

C'est ainsi que, dans la matinée du 7 janvier, Mark Zuckerberg a publié une déclaration au contenu très politique¹⁹, dans laquelle il annonce la suspension, pour une durée indéfinie mais d'au moins deux semaines, des comptes officiels de Donald Trump sur toutes ses plateformes. Le P.D-G. de Facebook explique que, jusque-là, celui-ci avait permis au président de s'adresser au monde, même quand il tenait des propos « controversés », afin de garantir le droit à l'information du public. C'est d'ailleurs le même argument qu'il avait utilisé pour justifier la décision de maintenir les publicités politiques et le micro-ciblage pendant la

¹⁸ <https://www.mediapart.fr/journal/france/060520/un-appel-de-vincent-lindon-comment-ce-pays-si-riche>

¹⁹ <https://about.fb.com/news/2021/01/responding-to-the-violence-in-washington-dc/>

campagne présidentielle, malgré les critiques²⁰. Cependant, selon Mark Zuckerberg, la validation de l'élection de Joe Biden par le Congrès a changé la situation : Facebook est désormais utilisé par Donald Trump et ses supporters « pour inciter à une insurrection violente contre un gouvernement démocratiquement élu », ce qui ne peut plus être toléré.

Cette initiative forte, et surprenante de la part du dirigeant étant donné ses positions antérieures, vise à se défendre face aux critiques récurrentes formulées à l'encontre de Facebook depuis la désastreuse affaire Cambridge Analytica. Ces critiques ont gagné en intensité depuis le rapprochement récent entre Facebook et le camp républicain²¹ et commençaient à inquiéter sérieusement en interne : en juin des centaines d'employés de Facebook ont débrayé pour exiger que leur entreprise prenne des mesures contre la rhétorique haineuse que Trump diffusait depuis ses plateformes²². Plus récemment, les responsables de la société ont été obligés de censurer des forums internes dans lesquels des employés exigeaient la suppression du compte de Trump — une mesure également revendiquée par d'anciens cadres influents comme Alex Stamos, ex-responsable de sécurité de Facebook et désormais professeur à Stanford²³.

La réaction de Twitter

Twitter a dans un premier temps été plus prudent. Le 6 janvier au soir, il a suspendu le compte de Donald Trump pour douze heures, demandant au président sortant d'effacer trois messages litigieux qui mettaient en cause le résultat des élections, et contrevenaient donc à la « Politique en matière d'intégrité civique » de la plateforme²⁴. Cet ensemble de règles, qui fait partie des Directives et politiques générales de Twitter, vise à empêcher l'utilisation de la plateforme pour « manipuler ou interférer dans des élections ou d'autres processus civiques », par exemple en diffusant des informations trompeuses sur les procédures de participation. Et en septembre dernier, Twitter avait anticipé la situation actuelle en ajoutant dans les contraventions possibles le fait de « revendiquer la victoire avant la certification des résultats

²⁰ <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/10/27/facebook-ban-new-political-ads/>

²¹ <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2020/04/how-facebooks-ad-technology-helps-trump-win/606403/>

²² <https://www.reuters.com/article/us-facebook-trump-employee-criticism/facebook-zuckerberg-faces-employee-backlash-over-trump-protest-comments-idUSKBN2382D0>

²³ <https://www.buzzfeednews.com/article/ryanmac/facebook-trump-coup>

²⁴ <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/election-integrity-policy>

des élections et d'inciter à un comportement illégal pour empêcher la mise en œuvre procédurale ou pratique des résultats des élections ».

Le 7 janvier, Donald Trump a donc obtenu la réactivation de son compte après avoir effacé les tweets incriminés. Mais les responsables de Twitter ont prévenu qu'ils adopteraient des mesures plus drastiques en cas de récidive. Dans la nuit, plus de trois cent employés de Twitter ont adressé une lettre ouverte à Jack Dorsey exigeant la suspension permanente du compte @realDonaldTrump²⁵. Reconnaisant les efforts du management pour faire face au discours haineux du président, ils constataient aussi leur insuffisance après les événements du Capitole. Les employés exigeaient également une enquête interne sur les manquements de l'entreprise ces dernières années ayant conduit à la situation actuelle. Le 8 janvier au matin, Donald Trump a publié deux nouveaux tweets qui ont fini par causer sa suspension permanente.

Cette décision constitue un revers majeur pour Donald Trump. Celui-ci a bâti la stratégie de communication politique qui l'a mené à la Maison Blanche sur un usage intensif de Twitter. Il y avait créé un style de discours à succès, simpliste, impulsif et brut, en rupture avec la langue de bois habituelle des politiques professionnels²⁶. Ses messages étaient suivis par 88 millions d'abonnés et repris massivement par les médias²⁷ et les commentateurs politiques, ce qui lui a permis d'attirer en permanence l'attention du public et de fixer l'agenda médiatique sur ses sujets de prédilection. Au passage, Donald Trump s'en prenait régulièrement à des cibles détestées par sa base électorale comme les musulmans, les immigrants latinos ou les manifestants du mouvement Black Lives Matter qu'il avait qualifiés de voyous (« thugs ») en mai dernier — ce qui avait déclenché les premières mesures punitives de la part de Twitter²⁸. Privé de son compte personnel, Trump n'a plus à disposition cette arme de communication massive qu'il avait si bien utilisée par le passé.

Le communiqué publié par Twitter pour justifier sa décision²⁹ explique que Donald Trump a ignoré les avertissements en tweetant, le 8 janvier, deux messages qui ne respectaient pas la

²⁵ <https://www.washingtonpost.com/context/letter-to-jack-dorsey-from-twitter-employees-asking-to-permanently-suspend-donald-trump-s-account/d9b84fa1-c7cb-4c5b-a90a-fdf167ff0c7a/>

²⁶ <https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/694755>

²⁷ <https://larevuedesmedias.ina.fr/election-presidentielle-etats-unis-2020-desinformation-medias-facebook-twitter>

²⁸ <https://larevuedesmedias.ina.fr/regulation-discours-politique-twitter-facebook-reseaux-sociaux>

²⁹ https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension.html

politique du réseau social contre l'« Apologie de la violence »³⁰. En reprenant la même argumentation que Facebook, Twitter justifie sa tolérance passée envers les propos douteux de Trump par le principe d'« intérêt public » qui consiste à assurer la communication directe entre gouvernants et citoyens, et ainsi permettre à ces derniers de demander des comptes aux responsables politiques³¹. On distingue ici une tentative de Twitter, comparable à celle de Facebook, de justifier pourquoi on interdit aujourd'hui ce qu'on tolérait hier.

Ceci est d'autant plus flagrant que les deux tweets qui ont finalement causé la suspension du compte de Donald Trump ne faisaient pas *explicitement* l'apologie de la violence alors que Donald Trump a publié, durant son mandat, des milliers de messages bien plus menaçants que celui-ci, sans jamais être sanctionné d'aucune manière. C'est le contexte qui, argumente Twitter, rend ces deux derniers tweets contraires à ses règles d'utilisation, en étant ou pouvant être interprétés comme une incitation à commettre de nouvelles violences menaçant la transition du pouvoir.

La réaction de Google

Google, de son côté, n'a pas suspendu le compte officiel de Donald Trump sur YouTube mais a supprimé des dizaines de milliers de contenus et de comptes de ses supporters. Entre septembre et décembre 2020, plus de 8 000 chaînes qui diffusaient des vidéos au contenu préjudiciable et trompeur en lien avec les élections (« harmful and misleading »)³² ont été supprimées. Le 7 janvier, YouTube a repris le même argument que Facebook en annonçant qu'à la suite de la validation de l'élection de Joe Biden par le Congrès, quiconque diffuserait des vidéos comportant des fausses allégations (« false claims ») concernant le résultat électoral recevrait un premier avertissement. En somme, ce qui hier relevait de la liberté d'expression selon Google est devenu aujourd'hui une atteinte à la démocratie.

Selon le règlement de YouTube, toute chaîne ayant reçu trois avertissements en 90 jours est définitivement supprimée. L'application de cette mesure n'a pas tardé puisque la chaîne « War Room » (300 000 abonnés) de Steve Bannon, ancien conseiller du président américain et théoricien de l'extrême droite étatsunienne, a été supprimée vendredi 8 janvier. La

³⁰ <https://help.twitter.com/fr/rules-and-policies/glorification-of-violence>

³¹ https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2019/worldleaders2019.html

³² <https://blog.youtube/news-and-events/supporting-the-2020-us-election>

suppression est intervenue quelques heures après que Rudolph Giuliani — ancien maire de New York et avocat de Donald Trump — a déclaré, lors d'un streaming en direct organisé par Steve Bannon, que les élections de novembre étaient entachées de fraude³³. Google a également pris une autre mesure importante en suspendant — de même qu'Apple et Amazon — la distribution de l'application Parler de son Play Store jusqu'à ce que celle-ci améliore son dispositif de modération de contenu pour éviter des « menaces pour la sécurité publique »³⁴. Parler est un média social vers lequel de nombreux partisans de Donald Trump ont migré après avoir été bannis de Twitter et de Facebook.

Ces actions de Google s'expliquent par la pression externe mais aussi par les remous internes qui secouent l'entreprise depuis quelques semaines. Début décembre, Timnit Gebru, une éminente chercheuse en intelligence artificielle, a été congédiée par Google pour avoir critiqué son employeur³⁵. À la suite de cette affaire, de nombreux salariés de Google ont protesté contre la décision de l'entreprise californienne de limiter la liberté académique et d'expression de ses scientifiques à travers une nouvelle procédure de contrôle très contraignante avant la publication de leurs travaux. Par ailleurs, Google doit faire face à une situation inédite depuis la création du premier syndicat officiel en son sein, vingt-deux ans après la naissance de l'entreprise. Ce syndicat regroupe des salariés du groupe Alphabet, dont Google fait partie, et des sous-traitants. À peine créé, le 4 janvier, l'Alphabet Workers Union (AWU) a publié un communiqué dans lequel il exigeait la suppression du compte officiel de Donald Trump sur YouTube en affirmant que « *les médias sociaux, dont YouTube, portent une énorme responsabilité dans le développement du mouvement fasciste aux États-Unis* »³⁶.

Les réactions à la suspension de Trump

Suivant l'exemple des « grands », d'autres plateformes comme Twitch, appartenant à Amazon, Discord, Snapchat et Reddit ont fermé temporairement ou définitivement des comptes et des serveurs associés à Donald Trump et à ses partisans les plus radicaux. On s'est trouvé donc dans une situation inédite dans laquelle le président encore en exercice des États-Unis ne pouvait plus s'exprimer directement à partir de son propre profil dans la majorité des

³³ <https://www.mercurynews.com/2021/01/08/googles-youtube-hosts-video-of-trump-lawyer-giuliani-claiming-stolen-election-two-days-after-deadly-capitol-insurrection/>

³⁴ <https://www.mercurynews.com/2021/01/08/google-suspends-parler-app-from-play-store/>

³⁵ <https://venturebeat.com/2020/12/23/google-told-its-ai-research-scientists-to-strike-a-positive-tone-on-sensitive-topics/>

³⁶ <https://www.theverge.com/2021/1/8/22220778/alphabet-workers-union-demands-youtube-ban-trump>

médias sociaux. Cette situation a déclenché des nombreuses réactions inquiètes, à juste titre, du pouvoir que détiennent ces plateformes pour encadrer et limiter la liberté d'expression des élus. En France, la classe politique, y compris à gauche, a largement condamné ces suspensions de compte, jugées arbitraires et menaçant le débat public.

Un débat légitime sur la liberté d'expression et la censure politique

Ces inquiétudes sont évidemment justifiées. Si les mesures qui concernent aujourd'hui Donald Trump peuvent réjouir ses opposants, ne peuvent-elles pas, demain, les menacer à leur tour ? Les cas de censure arbitraire sur ces plateformes sont légion et ne se limitent pas à l'extrême droite raciste, homophobe et sexiste. Des médias alternatifs professionnels, mais aussi des auto-médias des mouvements sociaux engagés contre le néolibéralisme, les injustices sociales et environnementales — voire le principe même de démocratie représentative ou de l'État bourgeois (« gilets jaunes », Extinction Rebellion, zadistes, antifascistes, anarchistes, etc.) — ont par exemple vu leur audience réduite par Facebook³⁷. Or ces plateformes sont indispensables à des courants politiques contre-hégémoniques ou d'idées peu voire pas médiatisés.

D'autre part, pointer l'hypocrisie et l'incompétence des plateformes est également absolument justifié. Ces dernières se sont longtemps accommodées des discours haineux et manipulateurs tant qu'ils généraient discrètement de l'« engagement » et donc des recettes publicitaires. Par ailleurs, les campagnes de désinformation et de propagande sur les médias sociaux ont influencé des processus électoraux dans des nombreux pays comme aux Honduras, en Ukraine, en Équateur ou en Inde, sans parler du rôle des discours de haine propagés sur Facebook dans le génocide des Rohingya à Myanmar³⁸. On sait aujourd'hui, suite aux révélations de Sophie Zhang cité au début de ce texte, que si ces drames n'ont pas été évités, c'est pour des raisons triviales comme le manque de moyens humains consacrés au contrôle des usages à risque et à la modération de contenu, la mauvaise coordination entre services ou tout simplement l'absence d'intérêt et de considération pour ces pays qui constituent des « petits marchés ».

³⁷ <https://www.mediacites.fr/enquete/national/2019/09/25/cette-gauche-radicale-et-locale-mise-a-lindex-sur-facebook/>

³⁸ <https://www.latribune.fr/economie/international/l-onu-accuse-facebook-d-avoir-alimente-la-crise-des-rohingyas-en-birmanie-771601.html>

Cependant tous ces arguments ne suffisent pas à disqualifier le caractère historique de la décision de Facebook, Twitter et Google de suspendre les comptes de Donald Trump. Car contrairement à ce qui est dit ici et là, il ne s'agit pas d'une décision « arbitraire » mais d'un impératif imposé aux plateformes oligopolistiques par un puissant mouvement populaire qui a atteint son paroxysme aux États-Unis après le traumatisme causé par les événements du Capitole, mais qui le précède. Depuis des années l'ensemble des organisations politiques progressistes, des défenseurs des droits civiques et des organisations antiracistes demandent, sans succès, aux plateformes de priver de leur tribune numérique Donald Trump et ses amis suprématistes. S'y sont joints les travailleurs des plateformes qui commencent à s'organiser et à revendiquer le droit de participer aux décisions qui influent sur le fonctionnement des entreprises pour lesquelles ils travaillent.

Dans le même temps, les États et les organisations supranationales comme l'Union européenne sortent de leur passivité qui a duré plus de vingt ans et commencent à se saisir de la question de la régulation de l'économie numérique de sa taxation. Il y a donc une prise de conscience généralisée de la puissance exorbitante des acteurs oligopolistiques de l'internet et une exigence sociale de plus en plus forte pour qu'ils rendent des comptes. Cette exigence a poussé certaines plateformes à former progressivement un corpus de règlements de plus en plus précis et de plus en plus politiques, dans le sens où ils sont amenés à défendre les valeurs qui sous-tendent les démocraties libérales. La « Politique en matière d'intégrité civique » de Twitter citée précédemment en est un exemple remarquable.

À moins de revendiquer, comme l'avait fait Elisabeth Warren, un contrôle plus direct des géants du web par la puissance publique,³⁹ – il est nécessaire pour tous les acteurs et mouvements sociaux, sans attendre l'impulsion des gouvernements, d'imposer un cadre de régulation démocratique de l'expression politique en ligne aux entreprises privées qui en sont les vecteurs. Dans *La Société ouverte et ses ennemis* (1945), Karl Popper écrivait ainsi : « *Je n'implique pas, par exemple, que nous devions toujours supprimer l'énoncé des philosophies intolérantes ; tant que nous pourrons les contrer par des arguments rationnels et les contrôler par l'opinion publique, la suppression serait très imprudente. Mais nous devons revendiquer le droit de les supprimer si nécessaire, même par la force.* » Dans cette lutte de longue haleine, dont le champ d'action s'étend aujourd'hui aussi sur les médias sociaux, le

³⁹ Une version modérée de cette proposition a été promue notamment par la candidate à l'investiture démocrate Elisabeth Warren,

fait de réduire au silence le principal pôle de discours fascinant de notre époque est un pas dans la bonne direction.

Bibliographie

Allagui I., Akdenizli B., 2019, « The Gulf Information War and the Role of Media and Communication Technologies », *International Journal of Communication*, no 13, p. 1287–1300.

Bhattacharya T., 2017, *Social Reproduction Theory. Remapping Class, Recentring Oppression.*, Pluto Press.

Brennen J.S., Simon F.M, Howard P.N., Nielsen R.N., 2020, « Types, sources and claims o Covid-19 Misinformation », Reuters Institute, Oxford.

Bullich V., Schmitt L., 2019, « Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? », *tic&société*, Vol. 13, N° 1-2.

Bucher T., 2018, *If... Then. Algorithmic Power and Politics*, Oxford UP.

Duffy B. E., Poell T., Nieborg D. B., 2019, « Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship », *Social Media + Society*, First Published November 14.

Jodelet D., 1989, *Les représentations sociales*, PUF.

Rebillard F., Smyrnaiois N., 2019, « Quelle "platformisation" de l'information ? Collusion socioéconomique et dilution éditoriale entre les entreprises médiatiques et les infomédiaires de l'internet », *tic&société*, Vol. 13, N° 1-2.

Röhle T., 2009, « Dissecting the Gatekeepers. Relational Perspectives on the Power of Search Engines », in Becker K, Felix S. (dir.), *Deep Search. The Politics of Search beyond Google*, StudienVerlag, p. 117-132.

Roberts S. T., 2019, *Behind the Screen. Content Moderation in the Shadows of Social Media*, Yale University Press.

Smyrnaiois N., 2017, *Les GAFAM contre l'internet. Une économie politique du numérique*, INA éditions.

Woolley S.C., Howard P., 2018, *Computational Propaganda. Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*, Oxford University Press.