L'infodémie

Le procureur de la République, dont les services sont pour la plupart, eux aussi, légitimement confinés, a évidemment mieux à faire que de poursuivre les auteurs des « fausses nouvelles susceptibles de troubler la paix publique », comme l'y autorise l'article 27 de la loi du 29 juillet 1881. Pourtant, à l'heure de l'explosion des informations en tous genre, des plus saugrenues aux plus alarmistes, sur les moyens de lutter contre le virus et la particulière viralité des messages suscitant la panique, il y aurait eu à faire ! L'infraction a été posée pour ces temps troubles, où certains tentent d'exploiter le désarroi public. Cela veut dire que définitivement, ce vieux délit mérite sans doute d'être remisé.

L'heure est à la justice privée, à l'auto-régulation, celle que les plateformes mettent en place. Facebook France a annoncé avoir installé des algorithmes de détection automatique des messages vantant des remèdes contre le Covid19, en renvoyant vers le site officiel du gouvernement français. YouTube a supprimé toute la publicité, (« démonétisé » selon son langage) pour les vidéos qui parlent du virus. Google, Snapchat et même Twitter ne seraient pas en reste, qui assurent afficher en priorité les contenus des grands médias.

Reste le CSA, nouveau venu dans la régulation des informations diffusées sur le net, depuis que la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information lui a confié un pouvoir de recommandation et de contrôle. Cette loi impose aux principaux opérateurs de plateforme en ligne de prendre des mesures en vue de lutter contre la diffusion de fausses informations « susceptibles de troubler l'ordre public ». Le CSA leur a ainsi adressé, le 15 mai 2019, une recommandation (N° 2019-03 du 15/05/19) les invitant à mettre en place des dispositifs accessibles et visibles, autorisant tout un chacun à signaler ce qui serait une fausse information. Pour favoriser l'identification des informations d'origines journalistiques, il leur demande de promouvoir les contenus issus des entreprises et agences de presse et des services de communication audiovisuelle. Il leur impose aussi l'installation de systèmes de détection des comptes propageant massivement des informations, et dans le même esprit, leur rappelle qu'il faut qu'elles permettent aux utilisateurs d'accéder aux identités des personnes versant des rémunérations en contrepartie de la promotion des contenus d'information.

Le CSA vient d'adresser à l'ensemble des plateformes un questionnaire auquel elles devraient répondre au plus tard le 31 mars 2020, pour savoir comment, en pratique, chacune a mis en œuvre ces recommandations. On sera curieux des réponses, et de voir si certaines concernent les informations qu'on a vu fleurir ces derniers jours sur le coronavirus.

Auteur(s) :

Basile Ader - Avocat au Barreau de Paris