

Truth Social, Twitter : les réseaux américains et la difficile question du free speech

Description

Peut-on encadrer la liberté d'expression ? L'assujettir à un régime de vérité ? Les paroles dissidentes sont-elles légitimes ? L'autocensure est-elle la norme sur les réseaux sociaux ? Autant de questions politiques majeures que posent le comportement de Donald Trump et celui d'Elon Musk.

Le 21 février 2022, sur l'App Store, les internautes américains ont pu, pour la première fois, télécharger l'application Truth Social, le réseau social créé par Donald Trump en réponse à son éviction des grands espaces numériques de communication sous le contrôle des Big Tech (Twitter, SnapChat, Facebook, Instagram, YouTube...). Pour l'instant, le succès n'est pas au rendez-vous, pour deux raisons principales : outre quelques difficultés techniques, la star attendue sur Truth Social, Donald Trump, n'a pas retrouvé sur ce nouveau réseau les habitudes compulsives qu'elle avait prises sur son compte Twitter. Or, le 4 avril 2022, la presse révélait, à la suite d'un communiqué de la Security Exchange Commission (SEC), l'entrée d'Elon Musk au capital de Twitter. Elon Musk, fervent défenseur du *free speech*, est vu comme celui qui fera revenir Twitter sur la décision radicale d'exclure définitivement Donald Trump de son réseau suite aux événements du Capitole le 6 janvier 2021.

La question agite intellectuels, milieux politiques et dirigeants des Big Tech : peut-on tout dire sur les réseaux ? Jusqu'où peut-on aller dans la modération des propos ? Aux États-Unis le *free speech* est un droit sacré inscrit dans le premier amendement de la constitution. La liberté d'exprimer ses opinions est absolue et il n'est pas prévu, comme en France, de contenir cette liberté dans les limites définies par la loi. Mais il n'est pas interdit, non plus, pour chaque média, pour chaque service de communication en ligne, de se donner des règles de publication et de les faire respecter. Twitter, Facebook, Snapchat et autres peuvent donc librement décider de la nature des propos qu'ils ne souhaitent pas laisser circuler sur leurs réseaux respectifs, et les modérer en conséquence. Paradoxalement, le non-encadrement par la loi de la liberté d'expression et l'existence de règles privées d'utilisation des réseaux conduisent ainsi ceux qui les dirigent à convenir de ce qui est publiable ou non. Or, Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat – autant de réseaux qui ont banni Donald Trump – représentent ensemble une sorte de gigantesque espace public en ligne, sans autres alternatives possibles que celles proposées par des réseaux sociaux plus confidentiels, où se réfugient les communautés radicalisées : Parler, Gab, Gettr, voire Telegram.

Exclure un citoyen de ces espaces numériques en ligne, président ou ancien président des États-Unis de surcroît, n'est pas une décision facile à prendre, même si la modération est bien du ressort de ces réseaux. Ceux-ci doivent endosser une responsabilité politique majeure, tout en étant soumis à des impératifs économiques qui laissent dubitatifs sur la pertinence de cette modération ([voir La rem n°54bis-55, p.98](#)). Cette situation hors du commun explique les réticences de Jack Dorsey, le fondateur de Twitter, pour qui

le bannissement de Donald Trump, qu'il juge nécessaire, crée toutefois un dangereux précédent en confiant à un individu ou à une entreprise le soin de décider de qui peut participer à la conversation publique. Elle explique aussi les atermoiements de Facebook dont le fondateur, Mark Zuckerberg, répète inlassablement qu'il ne veut pas être l'arbitre de la vérité, un argument qui l'a conduit à ne pas modérer les propos de Donald Trump pendant longtemps, estimant en outre qu'ils avaient valeur de témoignage puisqu'il s'agissait de déclarations d'un président des États-Unis. La modération a toutefois fini par l'emporter chez Facebook quand ses dirigeants ont considéré comme relevant de leur responsabilité de jouer un rôle actif sur le réseau, confrontés qu'ils sont à des enjeux politiques et sociaux majeurs. C'était en 2020, en plein lancement de la campagne présidentielle américaine et tandis que la crise sanitaire frappait durement les États-Unis : impossible alors d'imaginer une campagne de désinformation politique permanente ; impossible aussi de laisser prospérer les théories alternatives ou complotistes sur la Covid. Il en va, dans ce cas, du fonctionnement démocratique et de la santé publique aux États-Unis. Le très libéral Facebook a donc commencé, dès cette période, à modérer les messages de Donald Trump. À partir de mai 2020, des avertissements sont publiés qui alertent sur les libertés du président à l'égard de la vérité, en même temps que la viralité de ses publications est réduite. Twitter opte pour la même approche au même moment et, en juillet 2020, Twitch, propriété de Jeff Bezos, débranche une première fois le compte de Donald Trump. C'est le début d'un mouvement de fond.

En ne condamnant pas immédiatement la tentative de prise d'assaut du Capitole par ses partisans, en leur demandant sans conviction de rentrer à la maison tout en continuant à dénoncer une élection volée, le président Trump est parvenu à se faire bannir de tous les grands réseaux sociaux américains. Dès le 7 janvier 2021, Twitter suspend son compte et confirme, deux jours plus tard, que ce bannissement est définitif. Ses comptes Facebook et Instagram sont également bloqués, dans un premier temps pour deux semaines, la période qui correspond à la phase de passation des pouvoirs à Joe Biden. Snapchat a aussi fermé le compte de Donald Trump. Mais c'est pour Twitter que la décision est lourde de conséquences. En janvier 2021, Twitter disait compter 187 millions d'utilisateurs monétisables, ceux qui utilisent vraiment son service. Or, Donald Trump disposait de presque 90 millions d'abonnés à son compte Twitter. La fermeture est un choix politique, mais elle n'est pas sans enjeux économiques. Reste que chez Twitter, Facebook et Snapchat, cette décision a été prise du fait des circonstances exceptionnelles aux États-Unis. En général, sont supprimés des propos, moins souvent des comptes, sauf quand ils sont identifiés comme malveillants. Cette fois-ci, c'est le président lui-même qui est « déplateformisé » : la liberté de dire ce que l'on veut, même de mentir, tout en ayant pour soi l'importance conférée par l'institution politique suprême, ne saurait être assimilée au *free speech*, au droit donc de défendre ses opinions dans l'espace public. Sur le fond, c'est la déraison de Donald Trump qui est sanctionnée, le refus de s'engager dans un débat certes libre, mais fondé sur les arguments de la raison qui supportent la contradiction, et qui exigent un minimum d'honnêteté intellectuelle. C'est donc le refus de l'exigence démocratique libérale qui explique ces décisions tout à fait inédites, même si elles ont été motivées par le non-respect des règles qui sont celles de chacun des réseaux sociaux concernés.

Ce retour en arrière permet de mieux mettre en évidence les enjeux actuels du lancement du Truth Social et de la volonté d'Elon Musk de prendre le contrôle de Twitter pour y rétablir la liberté d'expression. Donald

Trump est en effet un cas d'école idéal pour saisir les enjeux du *free speech*, pour penser la liberté d'expression. Cette dernière, défendue et sanctuarisée par la philosophie politique britannique puis par les Lumières, est indissociable du débat démocratique qui accepte la contradiction : des opinions divergentes sont possibles et même souhaitées. Mais ces opinions se défendent avec des arguments rationnels, qui peuvent donc être contestés s'ils se révèlent fragiles. En quelque sorte, un certain registre de vérité l'emporte à un moment donné parce que nombreux sont ceux qui ont débattu, argumenté, afin d'identifier ce qui s'avère être une ou des lectures à peu près cohérentes du monde. C'est ce rôle-là que revendique souvent la presse qui informe la société, au moins est-ce ce rôle-là que le *New York Times* a revendiqué durant toute la présidence Trump avec une campagne d'abonnements au slogan sans ambiguïté : « La vérité a besoin de vous. » À l'inverse, pour Donald Trump, la vérité n'existe pas, ou plutôt elle ne compte pas. Importe uniquement ce que les gens veulent bien croire. C'est l'objectif de Truth Social d'autoriser l'expression d'une vérité alternative qui, en tant que telle, n'a pas de rapport avec la vérité mais la redéfinit – Est vrai ce que croient les gens. Il s'agit donc de miser sur le relativisme informationnel où la valeur d'une information, d'un propos, d'une opinion, repose moins sur les conditions de son élaboration et les intentions de celui qui l'a produite que sur la capacité ou non à engager celui qui y est exposé. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle les réseaux sociaux numériques sont si souvent pointés du doigt. En ne voulant pas être l'arbitre de la vérité, Mark Zuckerberg laisse les affinités électives l'emporter en ligne, à grand renfort d'algorithmes qui mettent en relation ceux qui veulent entendre un message et ceux qui le portent. La valeur des contenus proposés étant liée au degré de proximité entre utilisateurs, il est possible d'être bien informé sur Facebook, si l'on évolue dans des communautés de bonne tenue, comme il est possible d'être noyé dans la post-vérité (voir [La rem n°41, p.73](#)). La question du *free speech* se résume donc de plus en plus aux États-Unis à la question de la vérité dans l'espace public et de la place qu'il est nécessaire, ou pas, de lui accorder. Avec le lancement de Facebook News, Mark Zuckerberg semble avoir décidé que certains contenus d'information méritent d'être lus par tous, quelles que soient par ailleurs leurs opinions. Mais cette décision est récente.

Le cas de Facebook avec ses revirements est intéressant. Il témoigne du renoncement progressif à l'idée de neutralité technologique et de la prise en compte des enjeux politiques des plateformes. En effet, la modération en ligne est un choix éditorial. Quand elle conduit à la suppression du compte de Donald Trump, la décision est d'une telle importance politique qu'elle se doit d'être soumise au Conseil de surveillance que Facebook a mis en place en 2020 afin de juger les cas les plus compliqués de modération. Le 5 mai 2021, ce Conseil a considéré que Facebook a eu raison de supprimer le compte de Trump « *compte tenu de la gravité des violations [aux règles du réseau] et du risque continu de violence* », mais que le bannissement ne saurait être définitif, cette possibilité n'étant pas conforme aux règles du réseau qui devront être précisées. Plus fondamentalement, une exclusion définitive remet en question la possibilité de paroles, certes problématiques – qu'il s'agit de dénoncer, de critiquer, de ne pas promouvoir –, mais que le *free speech* autorise dans un premier temps avant qu'elles ne soient reléguées dans les marges de la discussion publique. Bien sûr, cet idéal du *free speech* a aussi ses limites que le « cas Trump » a révélé : la rationalité ne l'emporte pas toujours et la démagogie a vite fait d'étouffer les paroles plus raisonnables. Une modération est de ce point de vue légitime, qui réduit les risques du *free speech*. Le 4 juin 2021, Facebook a donc précisé ses nouvelles règles sur le bannissement, une forme de modération radicale. Pour

les personnalités publiques, comme pour tous les utilisateurs (Facebook renonçant à faire exception pour les premières), un bannissement d'un mois à deux ans est envisageable et il peut devenir définitif en cas de récidive. Donald Trump est banni deux ans du fait de la gravité de l'infraction aux règles de Facebook. Au moins le *free speech* est-il sauvé : tous les propos sont possibles, mais certains peuvent être sanctionnés et rien n'interdit à ceux qui les tiennent d'aller voir ailleurs, par exemple sur Truth Social. Les mauvais résultats de ce dernier attestent que des espaces alternatifs sont admis mais que rien n'impose aux plateformes *mainstream* de mettre ces paroles en valeur.

Ce n'est pas le choix, semble-t-il, d'Elon Musk, qui a publiquement dénoncé le bannissement de Donald Trump des réseaux sociaux – un choix « *stupide* » selon lui. Or, Elon Musk pourrait demain contrôler Twitter. Après être entré au capital du réseau social le 14 mars 2022 (une information révélée le 4 avril), il a en effet déposé, le 13 avril 2022, une offre de rachat de Twitter pour 43 milliards de dollars, au nom de la liberté d'expression. Le 25 avril, le conseil d'administration de Twitter a accepté son offre, au prix de 44 milliards de dollars. Depuis, Elon Musk fait planer des doutes sur ses intentions parce qu'il conteste les chiffres communiqués par Twitter sur son nombre réel d'abonnés. Reste que l'initiative est sans précédent.

Elon Musk est considéré comme libertarien, donc en marge des Démocrates et des Républicains, mais finalement moins « de gauche » que les autres propriétaires des Big Tech. Or, aux États-Unis, les Républicains reprochent aux réseaux sociaux de les modérer bien trop activement, ce qui est perçu comme une forme de censure. Elon Musk est proche de ces positions. Il a ainsi sollicité les quelque 80 millions d'abonnés à son compte Twitter, alors qu'il était déjà entré au capital du groupe, en leur posant la question suivante, le 25 mars 2022 : « *La liberté d'expression est essentielle au fonctionnement d'une démocratie. Pensez-vous que Twitter adhère rigoureusement à ce principe ?* » Deux millions de réponses plus tard, le « non » l'a emporté à 70 %. Le 26 mars 2022, Elon Musk en tirait cette conclusion, toujours sur Twitter : « *Twitter faisant de facto office de place publique, le non-respect des principes de la liberté d'expression nuit fondamentalement à la démocratie. Une nouvelle plateforme est-elle nécessaire ?* »

Si l'opération de rachat va à son terme, Elon Musk promet donc un Twitter plus démocratique, parce que moins modéré. Concrètement, il estime que la modération doit concerner exclusivement les tweets malveillants, ceux qui sont contraires aux interdits posés par la loi, ceux qui sont envoyés par des robots afin de gonfler artificiellement l'importance de certains sujets. Autant dire qu'Elon Musk n'est pas totalement opposé à toute modération ; il refuse la modération qui invoque des valeurs éthiques, politiques ou morales sur des sujets où le consensus n'existe pas. Ce qu'Elon Musk appelle les « *zones grises* », ces propos en marge de l'opinion majoritaire, sont pour lui la meilleure manière de se prémunir du risque d'une tyrannie de la majorité. D'où cette conclusion sans appel quant à la modération future de Twitter : « *Si les 10 % des utilisateurs les plus extrêmes à gauche et à droite sont mécontents, c'est que les règles de la plateforme sont bonnes.* » Les minorités seront donc audibles, mais elles resteront confinées dans les marges de l'agora publique. De ce point de vue, il y a bien modération ; cependant, cette dernière ne porte pas sur les contenus mais sur la logique qui préside à leur recommandation.

C'est une régulation des flux en fonction d'impératifs politiques et non une régulation des idées. Elon Musk

a d'ailleurs proposé de rendre transparent l'algorithme de Twitter en le déposant sur la plateforme open source GitHub. Il compte appliquer à Twitter des règles qui relèvent d'une approche souple du pluralisme interne : les paroles dissidentes seront présentes et elles n'auront pas à chercher, dans d'autres espaces en ligne, les moyens d'accéder à leur public, mais elles ne seront pas nécessairement valorisées. Les commentateurs n'ont pas manqué de constater que de tels choix sont anti-économiques, les propos clivants étant bien évidemment plus engageants et donc l'occasion de meilleurs rendements publicitaires.

Dès lors, deux enjeux essentiels sont, semble-t-il, soulignés par ces déclarations d'Elon Musk. Le premier rappelle l'importance de la loi. Lorsque celle-ci est précise, complète, son champ relativement étendu, l'encadrement de la liberté d'expression en ligne échappe aux initiatives privées des dirigeants des plateformes. Si l'on considère que cet encadrement relève du domaine régalién, alors le modèle européen, avec l'adoption du Digital Services Act (DSA), le 23 avril 2022, est celui qui préserve le mieux les citoyens des abus de la modération quand elle est déléguée aux entreprises. Concernant les plateformes, et vu la complexité des dispositifs à mettre en œuvre, il est impossible d'imaginer autre chose qu'une délégation en matière de modération en ligne. Cette délégation se doit donc d'être très fortement encadrée si le politique veut préserver la modération des influences qui relèvent du domaine personnel, qu'il s'agisse de faire valoir les vues d'un individu ou tout simplement de privilégier ses intérêts économiques.

Mais cet encadrement de la modération par la loi peut être aussi un moyen d'étouffer la liberté d'expression, en favorisant, par exemple, l'autocensure. Et c'est là le second enjeu qui, de nouveau, souligne la nécessité de questionner le rapport à la vérité dans l'espace public. Le DSA, par exemple, vise les contenus « dangereux » et « préjudiciables », mais peut-on les définir et les identifier de manière absolument certaine, en vérité ? C'est que les opinions et les idées politiques ne relèvent pas d'espaces normés, de procédures où l'information communiquée correspond à des canons imposés. À titre d'exemple, Elon Musk a été condamné à une amende, en 2018, pour avoir posté sur Twitter un projet de retrait de la cote de Tesla. Or, la communication financière d'une entreprise, a fait valoir la SEC, repose sur des normes, donc sur un certain devoir de vérité à l'égard des actionnaires, qu'il est interdit de trahir par l'intermédiaire d'une communication intempestive sur les réseaux sociaux. Il y a aussi, autre exemple, une vérité comptable des bilans des entreprises certifiés par des commissaires aux comptes. Il est plus difficile d'imaginer une telle démarche sur les questions politiques et sociales, ce qui risque d'ailleurs d'être la principale limite du DSA. Au moins ces débats-là témoignent de la nécessité d'une discussion permanente sur les conditions de la modération en ligne, pour ne pas laisser cette question à la loi et au juge d'un côté, aux dirigeants des plateformes de l'autre. Le Conseil de surveillance de Facebook, aussi imparfait soit-il, a ce mérite de chercher à autonomiser, autant que possible, la réflexion sur ce sujet, à l'instar de ce qui existe dans nombre de conseils de déontologie journalistique où la réflexion sur les pratiques des journalistes se mène en concertation avec les représentants des publics, les acteurs des médias et les associations. Il s'agit là d'un moyen de ne pas laisser aux seuls journalistes la décision sur les règles qu'ils comptent appliquer ; c'est un moyen aussi de ne pas confier au seul législateur et aux juges la question de la liberté de la presse, indissociable de celle de la liberté d'expression.

Sources :

- « Censure de Trump : les réseaux sociaux au pied du mur », Raphaël Balenieri, Sébastien Dumoulin, Nicolas Richaud, *Les Échos*, 12 janvier 2021.
- « Les doutes de Jack Dorsey sur le bannissement de Trump », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 15 janvier 2021.
- « Presse, télé, réseaux sociaux : les folles années Trump », Chloé Woitier, Caroline Sallé, Alexandre Debout, *Le Figaro*, 18 janvier 2021.
- « Trump expulsé des réseaux sociaux... mais qui fait la police ? », Sébastien Dumoulin, Nicolas Richaud, *Les Échos*, 26 janvier 2021.
- « Donald Trump reste banni de Facebook », Sébastien Dumoulin, *Les Échos*, 6 mai 2021.
- « Facebook suspend Donald Trump pour deux ans », *Les Échos*, 7 juin 2021.
- « Le réseau social de Donald Trump devrait être lancé ce lundi sur l'App Store d'Apple », Fabienne Schmitt, *Les Échos*, 21 février 2022.
- « Twitter s'envole à Wall Street après une entrée à son capital d'Elon Musk », Véronique Le Billon, *Les Échos*, 5 avril 2022.
- « Elon Musk part à l'assaut de Twitter et propose de racheter le réseau social pour 43 milliards de dollars », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 15 avril 2022.
- « Comment Elon Musk entend bousculer le modèle de Twitter », Hortense Goulard, *Les Échos*, 27 avril 2022.
- « L'acquisition de Twitter par Elon Musk déclenche une tempête politico-médiatique », Pierre-Yves Dugua, *Le Figaro*, 27 avril 2022.
- « Un vaste chantier attend Elon Musk chez Twitter », Nicolas Rauline, *Les Échos*, 29 avril 2022.
- « Elon Musk prêt à faire revenir Donald Trump sur Twitter », Chloé Woitier, *Le Figaro*, 12 mai 2022.

Categorie

1. Ailleurs

date créée

15 juillet 2022

Auteuralexandrejoux
