



**LES MÉDIAS SOCIAUX  
ET LES PROCESSUS  
DE DÉCISION**

[WWW.PIERRETRUDEL.NET](http://WWW.PIERRETRUDEL.NET)

# INFORMATION NUMÉRISÉE

- L'information produite est captable et traitable
- Circule dans un environnement global, fonctionnant selon des **logiques de réseau**
- Traitée selon des logiques définies dans des processus **algorithmiques**



# RÉSEAUX SOCIAUX ET PLATEFORMES DE PARTAGE

- Potentiel de modifier:
- les lignes séparatrices entre
- ce qui est tenu pour être privé
  - ou partagé uniquement dans un cercle limité
- et les informations disponibles à un plus large public



## PAR DÉFAUT, LES PLATEFORMES ...

- Facilitent la transgression:
  - des catégories
  - des barrières
  - et des espaces territoriaux



Le droit étatique est en  
concurrence avec d'autres  
normativités





# LES RÉSEAUX SOCIAUX

Risques

- augmentent les risques de court-circuiter les processus judiciaires et autres processus décisionnels

et gestion de risque

- Est-ce que le recours à des règlements ou à des ordonnances imposant de rudimentaires interdictions procure des réponses adéquates aux RISQUES découlant des dynamiques des médias sociaux ?

# LES PLATEFORMES: LES « PLACES PUBLIQUES » DE NOTRE ÉPOQUE



Elles captent la valeur:

des données  
et aux contenus  
ou activités produits par  
d'autres.

---

## INTERDITS DE PUBLICATION

■ Le drame de la mort d'une fillette à Granby et les processus judiciaires qui en ont résulté ont donné lieu à des diffusions d'images pourtant visées par des interdictions de publication





## LA VALORISATION DE L'ATTENTION

- Les plateformes valorisent le calcul de l'attention rendu possible par la compilation des données massives générées par les mouvements de tout ce qui est connecté au réseau
- Un effet pervers: il y a peu d'incitatif financier à purger une plateforme de tout contenu qui génère de l'attention susceptible d'être valorisée sur le marché publicitaire



## L'ATTENTION DES USAGERS CONNECTÉS GÉNÈRE LES REVENUS

- La publicité est ciblée en fonction de processus algorithmiques ou d'intelligence artificielle.
- Les plateformes comme Facebook sont conçues de manière à permettre à ceux qui veulent y faire de la publicité de cibler leurs messages vers les usagers dont le profil de consommation d'images, de textes et de sons correspond aux types de « consommateurs » visés.

## **COMMUNICATIONS ACT, 47 U.S. CODE § 230**

- interprété par les tribunaux comme procurant une immunité presque complète aux services en ligne ...
- dès lors que le contenu émane d'un tiers



## AJUSTER LES RESPONSABILITÉS DES PLATEFORMES ?

- Introduire un « Duty of Care »
  - UK Parliament, Select Committee on Communications, *Regulating in a digital world*, 2nd Report of Session 2017-19, 9 March 2019 - HL Paper 299
- Union européenne et Loi québécoise sur le cadre juridique des technologies de l'information
- les intermédiaires ne sont pas *a priori* responsables des propos des tiers. Mais ils peuvent le devenir dès lors qu'ils ont connaissance du caractère illégal des propos.

Pierre Trudel, professeur  
Centre de recherche en droit  
public  
Faculté de droit  
Université de Montréal  
C.P. 6128, succursale Centre-  
ville  
Montréal QC Canada H3C 3J7  
téléphone: (514) 343-6263  
télécopieur: (514)343-7508

[www.pierretrudel.net](http://www.pierretrudel.net)



**PIERRE.TRUDEL@UMONTREAL.CA**