

Réseaux sociaux numériques : comment renforcer l'engagement citoyen ?

Déclaration du groupe des entreprises

La liberté d'expression est un droit fondamental. La liberté d'approuver, de critiquer, de réfuter ou de ne pas être d'accord et de le dire, le sont tout autant. Les réseaux sociaux ont permis, en quelques années, de multiplier les possibilités d'expression et ont rendu possible pour un nombre très important de citoyens de réagir à l'actualité et de diffuser leurs opinions. Cette révolution dans la circulation des idées se fait parfois pour le meilleur et parfois pour le pire.

Cet avis a donc dû se faire en tenant compte de ce paradoxe. Cette contradiction entre la hausse souhaitable de la possibilité d'expression et la nécessité de stopper de façon énergique la diffusion des idées dangereuses se pose de façon particulière pour les entreprises du secteur numérique. Leur travail est de mettre à disposition des utilisateurs et des citoyens les outils innovants nécessaires à la diffusion des idées. En faisant cela elles sont souvent montrées du doigt lorsque ces outils payants ou gratuits deviennent le moyen de diffuser des opinions illégales. La voie est donc étroite et cet avis fournit les clés nécessaires pour sortir de cette contradiction.

Très rapidement il nous est apparu que le plus important était de revenir à l'éducation de l'utilisateur. Éduquer ne veut pas dire former. Cela veut dire « prendre par la main ». Il s'agit de faire en sorte que les citoyens, surtout les plus jeunes, soient en mesure d'apprécier et d'évaluer la qualité d'une information, la pertinence d'une source, la véracité d'un fait. Cela relève donc de l'éducation au sens le plus noble du terme.

Les entreprises du secteur numérique doivent prendre toute leur place dans cette éducation et dans la lutte contre la haine. Certes, elles ne sont pas des juges mais elles doivent, comme certaines s'y sont engagées en signant avec la Commission européenne un « code de conduite » supprimer dans des délais raisonnables les contenus illicites et permettre à tous les utilisateurs de signaler les opinions choquantes.

Il s'agit aussi d'améliorer, par le biais des réseaux sociaux la cohésion au sein des entreprises. Il faut aider les salariés à acquérir les compétences nécessaires à leur utilisation mais aussi les former à l'esprit critique. L'avis, lorsqu'il souligne la nécessité d'un regard critique vis-à-vis des représentations et des visualisations des données, est particulièrement pertinent.

Quelles qu'en soient les motivations, l'engagement des acteurs économique dans la société paraît incontestablement utile, car il est intrinsèquement créateur de richesses et de valeur économique, pour les citoyens comme pour les entreprises.

D'ailleurs, les structures qui ont d'ores et déjà compris que la réputation constituait leur premier actif immatériel ne se contentent pas de s'engager pour de grandes causes (et de le faire savoir). Elles développent également des « stratégies d'engagement » via les réseaux sociaux principalement, afin de générer un maximum d'interactions avec leurs publics.

Cet avis a le mérite, sur un sujet d'actualité, de poser un cadre de réflexion précis et de faire des préconisations réalistes. Un avis de suite pourrait permettre d'éclairer par la suite certains points qui n'ont pas pu être approfondis.

Pour ces raisons, le groupe des entreprises a voté en faveur de l'avis.