

**Médiatisation et commercialisation du bien commun dans la révolution numérique -  
l'exemple des plateformes de diffusion ou de partage de vidéos  
(proposition de contribution de Lukas Rass-Masson)**

« Où est passé le bien commun ? » demande Jean Tirole dans *l'Économie du bien commun*, redoutant l'effacement du bien commun derrière la marchandisation du monde. Or la révolution numérique, à laquelle s'ajoute la crise sanitaire, est de nature à bouleverser profondément le rapport au bien commun.

Nous proposons de le vérifier à l'occasion de l'espace médiatique créé par les plateformes de diffusion ou de partage de vidéos. Ces plateformes contribuent à la création d'un espace médiatique nouveau : un espace où se partagent informations, idées, analyses et opinions. Or cette nouvelle forme de médiatisation entre les citoyen.ne.s, rendue possible par diffusion massive des technologies numériques au sein de la société, fait de ces plateformes un outil essentiel dans la recherche du bien commun, qui passe (pour reprendre Jean Tirole) « en grande partie par la construction d'institutions visant à concilier autant que faire se peut l'intérêt individuel et l'intérêt général ». L'espace médiatique institué par les nouvelles technologies est une telle institution en ce qu'il permet de contribuer à la formation d'une opinion publique, dans une perspective de démocratie discursive (ou délibérative<sup>1</sup>) habermassienne.

Cette dimension politique et publique de l'activité fournie par les plateformes en ligne crée cependant une tension avec la finalité commerciale de ces plateformes. En ce qu'elles ont vocation à générer un bénéfice, le recours à des plateformes privés conduit inévitablement à une marchandisation des informations qui sont partagées entre les utilisateurs.

Il y a ainsi dans les plateformes une dimension commerciale qui est le socle de la rentabilité des plateformes, qui ne peuvent fonctionner sans des moyens techniques conséquents, et donc des investissements économiques considérables. Les informations que les plateformes collectent et partagent deviennent ainsi le vecteur d'opérations commerciales qui rend parfois malaisé d'identifier si la commercialisation est mise au service du meilleur partage des informations véhiculées par les vidéos ou si les vidéos sont partagées dans une perspective de maximisation des bénéfices.

La marchandisation des informations n'est donc pas nécessairement un méfait, en ce qu'elle peut favoriser la circulation des idées et contribuer à un renforcement de la liberté d'information et d'expression. Mais il semble nécessaire de s'interroger sur les risques inhérents à la marchandisation de l'espace médiatique induite par le recours croissant aux plateformes comme espace de formation de l'opinion publique.

Le recours aux plateformes peut d'ailleurs s'inscrire dans des cadres très divers : récréatifs, ludiques, informatifs, pédagogiques pour n'en nommer que certains. Pour tous ces cadres, qui relèvent d'un intérêt public plus ou moins marqué, se pose toutefois la question de

---

<sup>1</sup> Voy. sur ces questions Iban Bouvier, « Démocratie délibérative, démocratie débattante, démocratie participative », *Revue européenne des sciences sociales* [En ligne], XLV-136 | 2007, mis en ligne le 01 février 2010, consulté le 18 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ress/82> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ress.82>.

la maîtrise de l'information. De quelle manière le droit, et donc l'État, peut-il ou doit-il intervenir pour assurer le libre partage de l'information (donc imposer que l'information soit fournie en raison de l'intérêt public attaché à sa circulation, par exemple en cas d'atteinte invoquée à un droit de propriété intellectuelle ou un droit de la personnalité), ou au contraire le limiter ou l'interdire ?

Et le recours exclusif à des acteurs privés, qui ne connaît pas de pendant dans les médias « classiques » dont une partie est directement intégrée dans le service public audiovisuel, ne risque-t-il pas de conduire à une marchandisation excessive du bien commun qu'est l'information ?

La réponse ne nous paraît pas certaine, puisque la révolution numérique peut éventuellement se concevoir comme un mouvement au service de l'humain et d'une meilleure médiatisation et d'un meilleur partage, voire d'une meilleure identification, du bien commun. Mais cette voie de l'équilibre suppose d'identifier, ensemble avec les acteurs du numérique et les autres sciences impliquées, comment le droit peut encadrer la commercialisation du partage d'information par les plateformes de diffusion de vidéos de manière à ce que la médiatisation l'emporte sur la marchandisation.