

Cultiver la richesse des réseaux

Contribution aux Etats généraux de l'information faisant suite à l'audition de Joëlle Toledano et de Anne Alombert, membres du Conseil national du numérique, ainsi que de Jean Cattan, secrétaire général du Conseil, réalisée avec le soutien de Joséphine Hurstel, Marie Bernhard, Agathe Bougon et Margot Godefroi.

Février 2024

L'espace informationnel numérique est potentiellement en proie à une forte déperdition de valeur¹. L'enjeu est de créer un cadre dans lequel un cercle vertueux d'enrichissement de l'espace informationnel peut voir le jour. Il s'agit alors de garantir l'avenir de la « richesse des réseaux² ».

Longtemps conçus comme des espaces d'amusement, d'information et de libre expression, les réseaux sociaux sont aussi devenus bien autre chose³ : désinformation, harcèlement, publicité, capture de l'attention, atteinte aux personnes, dévalorisation de soi, etc. En outre, ils constituent des espaces clos où aucune innovation extérieure n'est possible, captant une part importante de la valeur des contenus qui les alimentent et visant, lorsqu'ils fonctionnent selon le modèle de l'économie de l'attention, à exposer les utilisateurs à une quantité toujours plus importante de publicité.

La démocratisation des intelligences artificielles génératives, amorcée par la mise à disposition du public de ChatGPT en fin d'année 2022, a déclenché une vague de spéculations concernant l'avenir de nos vies numériques et, plus largement, ses répercussions dans notre quotidien dont l'accès à l'information. Rejouant des situations désormais bien connues, quelques acteurs pourraient réussir à s'approprier la valeur des contenus produits par un très grand nombre d'entités et de personnes.

1 C. DOCTOROW, *The 'Enshittification' of TikTok*, Wired.com, 23 janvier 2023.

2 Y. BENKLER, *The Wealth of networks*, Yale University Press, 2006.

3 Voir par exemple G. BEKNAZAR-YUZBASHEV et al., *Toxic Content and User Engagement on Social Media: Evidence from a Field Experiment*, disponible sur SSRN, 2022 ; E-ENFANCE. *67% des 8-10 ans déjà sur les réseaux sociaux révèle l'étude de l'Association e-Enfance3018-Caisse d'Épargne*, E-enfance.org, 17 octobre 2023 ; J. HAIDT, *Social Media is a Major Cause of the Mental Illness Epidemic in Teen Girls. Here's the Evidence*, 22 février 2023 et G. WELLS, Georgia, HORWITZ et al., *Facebook knows Instagram is toxic for teen girls, company documents show*, Wsj.com, 14 septembre 2021 ; CCDH, *Deadly by design*, Counterhate.com, 2023. Et plus généralement K. CHAYKA, *Why the internet isn't fun anymore*, Newyorker.com, 9 octobre 2023 ou I. BOGOST, *The age of social media is ending*, Theatlantic.com, 10 novembre 2022.

Pour éviter les écueils passés (l'appropriation de l'espace informationnel numérique par quelques acteurs privés hégémoniques), **il est nécessaire de percevoir le momentum créé par l'intrusion des intelligences artificielles génératives comme une opportunité pour orienter l'innovation vers la création d'un cercle vertueux d'enrichissement de l'espace informationnel numérique.** Pour atteindre cet objectif, l'évaluation de la valeur économique générée par les informations utilisées par les intelligences artificielles génératives et autres intermédiaires de l'économie numérique est devenue un préalable indispensable (I). C'est ce qui permettra en particulier de poser les conditions dans lesquelles l'ouverture des réseaux sociaux pourra être mise au service d'usages plus démocratiques et d'innovations plus diversifiées, générant ainsi une valeur nouvelle (II).

Sommaire

I. Comprendre les modèles économiques des plateformes numériques grâce à une plateforme de confiance..... 3

1. L'évaluation de la valeur économique créée par les informations utilisées par les intelligences artificielles génératives (et autres intermédiaires de l'économie numérique)..... 3

2. La nécessité d'une plateforme de confiance pour rendre disponibles les données..... 5

II. Repenser l'architecture de l'espace informationnel numérique en ouvrant les réseaux sociaux..... 6

1. Le problème de la fermeture des réseaux sociaux et de la recommandation algorithmique 6

2. La nécessité d'ouvrir les réseaux sociaux à des acteurs tiers 7

3. Quels moyens concrets pour permettre l'ouverture des réseaux sociaux ?..... 9

4. Penser l'ouverture dans le nouveau contexte de l'articulation entre réseaux sociaux et agents conversationnels..... 11

I. Comprendre les modèles économiques des plateformes numériques grâce à une plateforme de confiance

Il est primordial d'évaluer la valeur économique générée par les informations utilisées par les intelligences artificielles génératives et autres intermédiaires de l'économie numérique. C'est une condition nécessaire à l'établissement d'un système de rétribution équitable des ayant droits qui ne dépende pas du seul rapport de force entre les acteurs.

1. L'évaluation de la valeur économique créée par les informations utilisées par les intelligences artificielles génératives (et autres intermédiaires de l'économie numérique)

Les intelligences artificielles génératives ont ravivé la question de la captation, par quelques entreprises, de la valeur générée par un grand nombre d'acteurs, dont les acteurs de la presse. Face à une telle situation, différentes stratégies ont été adoptées par les acteurs en présence.

Le groupe Axel Springer a décidé de négocier des conditions d'accès⁴ illustrant le fait que quelques groupes de presse pourraient tirer leur épingle du jeu en négociant une compensation qui peut en réalité être particulièrement maigre, avec des risques significatifs sur le pluralisme et la liberté des médias⁵. Plus offensif, le New York Times a initié une procédure judiciaire contre OpenAI⁶ faisant état de montants très significatifs sans toutefois évaluer le préjudice⁷.

Enfin, d'autres ferment l'accès à leurs données en faisant valoir un *opt out*⁸ en attendant des conditions satisfaisantes, sans que l'on sache néanmoins exactement lesquelles ni comment les établir. La principale revendication faite à ce jour est celle consistant en une forme de transparence sur l'*opt out* et une défense du droit d'auteur⁹. La fermeture des ressources à l'accès des intelligences artificielles génératives est une situation déjà observée dans le cas des éditeurs de presse qui ont choisi de ne pas être indexés par Google Actualités par exemple. Plus récemment, des réseaux sociaux ont aussi fermé leurs API publiques pour éviter d'être exploitées par

4 REUTERS, [Le groupe de presse Axel Springer s'associe avec OpenAI et son outil ChatGPT](#), Challenges.com, 13 décembre 2023

5 GESTE, *IA générative. Analyse des enjeux et perspectives pour les médias en ligne*, 17 janvier 2024.

6 M. M. GRYNBAUM et R. MAC, [The Times Sues OpenAI and Microsoft Over A.I Use of Copyrighted Work](#), Nytimes.com, 27 décembre 2023

7 [The New York Times Company v. Microsoft Corporation \(1:23-cv-11195\)](#), District Court, S.D. New York, Jan. 29. 2024

8 L. FAURENT, *Interview d'Olivier Martinez. « Les médias français ne pourront s'opposer à OpenAI qu'en restant unis »*, Challenges.com, 29 décembre 2023.

9 A. BENSAMOUN, [To be or not to be...transparent - Pour un principe matriciel de transparence dans l'environnement numérique](#), Revue Dalloz IP/IT et Communication, 3 décembre 2023

des intelligences artificielles génératives. Ainsi Reddit et Twitter¹⁰ ont érigé de fortes barrières tarifaires à l'accès à leurs API mettant en cause l'accès du public et des chercheurs à leur ressources, notamment par le biais d'applications tierces.

Il en résulte que l'accès aux ressources numériques est verrouillé ou gelé par crainte de captation, au détriment de la possibilité de bénéficier de services fondés sur des données françaises ou européennes, et donc de notre culture. Pendant ce temps, aux États-Unis, les intelligences artificielles génératives disposant de ressources financières considérables continuent de progresser en payant l'accès aux ressources nécessaires ou en attendant des décisions juridiques qui tarderont à venir.

Cette situation tient notamment au fait qu'il demeure en réalité très difficile d'établir la valeur des informations exploitées par les services d'intelligences artificielles et en particulier par les grands modèles de langage. D'une part, les intelligences artificielles génératives ont été entraînées sur des données dont il demeure difficile d'établir si elles étaient légitimement et légalement exploitables sans rétribution¹¹. D'autre part, il demeure impossible en l'état de déterminer dans quelle mesure ce qui prévaut dans le résultat produit est la quantité et/ou la qualité des données, les facultés de calcul ou encore la qualité des modèles. De plus, le rôle des données d'entraînements diffère des données d'affinage. Enfin, au-delà de ces données initiales d'entraînement et d'affinage, les intelligences artificielles génératives vont continuer à avoir besoin des données produites ou non encore accessibles pour améliorer la qualité de leur résultat. De surcroît, elles nécessiteront d'en avoir un accès en temps réel, étant donné que de plus en plus d'entre elles proposent des fonctionnalités de synthèse à partir de résultats extraits directement du web. Dans ce monde encore incertain en termes de causalité, la question de la transparence des données ne semble pas être la réponse adéquate aux problèmes rencontrés. Elle a pour objectif de vérifier le paiement de droits d'auteur éventuels mais ne résout en rien la difficulté de son évaluation. Et définir maintenant les modes de rémunération n'a pas beaucoup de sens alors que les modèles économiques sont en devenir. Cela conduirait à favoriser les acteurs aux poches les plus profondes.

Afin d'éviter que la presse et les médias se retrouvent dans une situation similaire à celle qui a opposé les créateurs de contenus aux réseaux sociaux et moteurs de recherche au sujet des droits voisins, il faut pouvoir dépasser les postures de méfiance. Étant précisé que, dans le cas des droits voisins, l'asymétrie d'information, l'absence de méthodes et de métriques permettant d'évaluer la contribution (directe et indirecte) de la presse et des médias a conduit à certes les rétribuer in fine - plutôt

10 M. CLAVEY, *Quand les réseaux sociaux ferment l'accès à l'analyse de leurs données par les chercheurs*, Nextinact.com, 20 juin 2023.

11 A ce titre, voir l'intervention de Benoît Sagot lors des *Dauphine Digital Days*, 20 novembre 2023. Les données exploitées peuvent être distinguées en données noires, grises ou blanches selon qu'elles étaient plus ou moins légitimement exploitables, mais sans que l'on puisse dire quel a été leur rôle dans l'entraînement des modèles.

peu semble-t-il au regard de leurs contributions à la valeur créée, mais les analyses fiables manquent - et surtout en toute opacité.

2. La nécessité d'une plateforme de confiance pour rendre disponibles les données

La situation rencontrée avec les intelligences artificielles génératives n'est donc pas nouvelle et n'est finalement que la dernière expression d'un problème systémique et bien connu. Étant précisé que l'opacité des modes de création et de partage de la valeur des recettes publicitaires générées dans les grands réseaux sociaux comme dans les moteurs de recherche a les mêmes conséquences. Cette difficulté est en grande partie due au fait qu'il nous est impossible d'appréhender les mécanismes sous-jacents (quelle publicité ? à quel prix ? quand ? avec quel impact ?) autrement que par les informations et les indicateurs transmis par les plateformes elles-mêmes ; ce qui éloigne probablement, au regard des contentieux et contestations en cours, de la juste répartition entre la plateforme, les annonceurs et les créateurs de contenus. **Pourtant, l'information statistique ou de marché est au cœur de toute régulation économique.** Or, pour l'instant, les données sur le web proviennent le plus souvent des acteurs eux-mêmes, ce qui leur permet de définir les règles. Tout en gardant à l'esprit que le problème de la répartition de la valeur est en réalité un problème systémique qui mérite une approche globale, il est nécessaire de porter notre regard sur les informations dont les intelligences artificielles se nourrissent de manière indépendante et impartiale.

Ainsi, **une attente à l'égard des Etats généraux de l'information est qu'une plateforme de confiance puisse être créée pour rendre disponible des données en quantité et variées sans préempter l'avenir.** Cette plateforme devra pouvoir s'appuyer sur les sources d'information et les recherches disponibles sur les modèles de langage, et probablement surtout commanditer et orienter des études et des recherches opposables de façon à disposer d'éléments permettant de comprendre et d'évaluer l'importance relative de l'information, de sa qualité et de sa variété, de développer des outils, mettre en place des métriques, etc. Pour que cette plateforme puisse fonctionner dans les conditions du réel, une forme de garantie devrait être assurée aux fournisseurs de contenus afin que ceux-ci puissent s'accorder sur un moratoire sur l'*opt out*. Sans quoi, nous n'aurons pas de vision, en conditions réelles, de ce qui a de la valeur ou non.

En résumé, cette plateforme doit être en capacité de s'inscrire dans les flux de recherche et de régulation en cours mais aussi d'œuvrer dans des conditions réelles. Les formes juridiques pouvant être prises par une telle plateforme sont variées, mais en tout état de cause, elle devra idéalement associer les différentes parties prenantes ou un intermédiaire de confiance. Celui-ci pourrait s'appuyer sur des institutions dédiées à la recherche comme Inria et/ou d'autres structures académiques et s'inscrire autant que possible dans une dimension européenne.

Une fois les questions de la répartition de la valeur et des modèles économiques clarifiées, il deviendra possible de déterminer dans quelle mesure il peut être attendu qu'un acteur économique donné (médias, réseaux sociaux ou tout autre détenteur de données) s'ouvre à une forme d'interconnexion avec d'autres acteurs (intelligences artificielles génératives, moteurs de recherche, réseaux sociaux). Si la question se pose pour la relation entre les intelligences artificielles génératives avec des pourvoyeurs de contenus, telles que les informations produites par la presse, elle se pose aussi pour la relation qu'entretiennent les réseaux sociaux avec des acteurs tiers.

II. Repenser l'architecture de l'espace informationnel numérique en ouvrant les réseaux sociaux

Dans les années à venir, la régulation numérique devra aborder un certain nombre de questions telles que la protection des utilisateurs, la préservation de l'ouverture, de l'innovation et de la concurrence à l'ère de l'intelligence artificielle générative, la défense du pluralisme des médias et de la liberté d'expression.

Pour répondre à ces défis, l'Union européenne a adopté les règlements sur les marchés et services numériques et finalise actuellement l'adoption du règlement sur l'intelligence artificielle. Des discussions, des recherches et des enquêtes sont en cours pour déterminer les meilleures solutions aux problèmes identifiés. Les obligations énoncées dans le règlement sur les marchés numériques, ses mécanismes d'ajustement, sa clause de révision sur l'interopérabilité, les systèmes et les remèdes introduits par le règlement sur les services numériques peuvent servir de base pour envisager, au-delà, un champ d'intervention large et holistique touchant au cœur des modèles économiques et techniques des réseaux sociaux.

1. Le problème de la fermeture des réseaux sociaux et de la recommandation algorithmique

Les réseaux sociaux ont considérablement modifié l'espace informationnel numérique. Nous avons pu croire lors de l'émergence du Web que les supports numériques suffiraient à ouvrir sur une forme d'horizontalité dans la mesure où contrairement aux médias analogiques traditionnels comme la presse, la radio ou la télévision, qui sont unidirectionnels (d'un côté les producteurs de contenus et de l'autre les récepteurs), les réseaux numériques constituent des médias pluri- ou bidirectionnels grâce auxquels les récepteurs peuvent aussi produire des contenus.

Cette espérance a occulté le fait qu'il ne suffit pas de produire du contenu, encore faut-il que ce contenu soit rendu visible. Ce qui vaut pour tout type de médias : un journal ou une chaîne ne fait pas que produire mais effectue un tri entre ce qui sera vu ou pas (visible ou invisible). **Ainsi, l'enjeu ne se situe pas uniquement dans la capacité à produire ou émettre du contenu, mais plutôt dans l'aptitude à en définir le niveau de visibilité dont se sont arrogés les acteurs intermédiaires.**

Or, cette fonction n'est pas entre les mains des citoyens mais essentiellement entre celles d'acteurs privés qui ont créé et gouvernent les réseaux sociaux de manière centralisée. À ce titre, ils conçoivent l'ensemble des fonctionnalités proposées par la plateforme, des mécanismes de modération aux algorithmes de recommandation, et bien d'autres. Il en résulte que la manière dont sont produits les contenus est bien horizontale et décentralisée mais la manière dont ils sont classés, rendus visibles ou invisibles est très verticale et centralisée entre les mains de quelques entreprises privées, en situation d'oligopoles voire de monopole¹².

Ainsi, le problème de la désinformation demeure massivement dû aux algorithmes de recommandation automatique qui se fondent sur des calculs statistiques et amplifient systématiquement les contenus les plus vus en renforçant des tendances grégaires ou mimétiques. Ils sont aussi exploités par l'industrie de la désinformation qui exploite les faux comptes ou les bots pour amplifier certains contenus avec des visées de propagande. Le problème des contenus « toxiques » n'est alors pas tant leur création ou leur existence mais la recommandation algorithmique et les modèles d'affaires fondés sur l'économie de l'attention qui poussent quelques acteurs à vocation lucrative à les mettre en avant.

Actuellement, le règlement sur les services numériques vise à identifier les risques systémiques portés par les très grandes plateformes en ligne dont les réseaux sociaux les plus utilisés. L'article 35 du règlement permet d'envisager une variété de remèdes étendue allant jusqu'à l'altération des fonctions de recommandation telles qu'elles sont conçues aujourd'hui.

Or, la situation actuelle résulte en partie de la fermeture des réseaux sociaux à toute innovation externe et par ricochet à un faible degré de concurrence sur leurs fonctionnalités essentielles telles que la recommandation et la modération. Il s'agit plutôt d'espaces fermés où les modèles économiques des plateformes, principalement fondés sur la captation de l'attention des utilisateurs, verraient leurs revenus baisser en cas d'ouverture à d'autres modes de fonctionnement.

2. La nécessité d'ouvrir les réseaux sociaux à des acteurs tiers

Pour préserver ce modèle, les réseaux sociaux les plus utilisés restreignent le branchement d'innovations techniques ou d'accès à d'autres services externes sur leur plateforme et exercent ainsi un monopole sur des fonctionnalités qui pourraient être autant de marchés ouverts à la libre initiative. Par exemple, les rapports de transparence révèlent que la modération francophone sur X (ex-Twitter) est réalisée par moins de 100 modérateurs. Autoriser des entreprises tierces à proposer un service de modération sur X permettrait d'envisager que des entreprises, même petites et moyennes, puissent concurrencer X sur la modération de sa propre plateforme,

12 A. ALOMBERT et J. CATTAN, *Et si les réseaux sociaux devenaient une chance pour nos démocraties ?*, The Conversation, janvier 2024.

offrant ainsi un service à valeur ajoutée aux utilisateurs. Cette force de modération pourrait être proposée contre rémunération, mutualisée sur plusieurs réseaux sociaux, etc. Ce principe peut s'appliquer à toutes les fonctionnalités de n'importe quel réseau social, à commencer par la recommandation. **Considérer les réseaux sociaux comme une somme de fonctionnalités élargit le champ des possibles au-delà des problèmes posés par les réseaux sociaux eux-mêmes et des solutions qu'ils y apportent.**

Il faut bien voir que là où les réseaux sociaux se présentent comme un tout, ils ne sont en réalité qu'une somme de fonctionnalités. L'impossibilité de configurer notre expérience sur les réseaux sociaux découle du fait que ces plateformes ont présenté leurs solutions comme des ensembles monolithiques, malgré la diversité de leurs fonctionnalités (recommandation, modération, recherche, format de publication, etc.). En adoptant une perspective alternative, les réseaux sociaux peuvent être conçus comme un ensemble de fonctionnalités distinctes qui constituent autant de marchés potentiels sur lesquels les réseaux sociaux exercent aujourd'hui un monopole de fait. **En considérant chaque fonctionnalité comme pouvant être fournie par une entité tierce au réseau social propriétaire, chacune de ces fonctionnalités devient le terrain d'innovations multiples au bénéfice de l'utilisateur et possiblement du réseau social lui-même.**

L'ouverture des réseaux sociaux à des acteurs tiers peut permettre à ces derniers d'être à l'origine de propositions de valeur nouvelles aux consommateurs ayant un impact positif sur la circulation de l'information (lutte contre les fausses informations, protection des publics, pluralisme des médias, meilleur accès à l'information, sortie de l'économie de l'attention). Ces acteurs tiers peuvent proposer des recommandations de contenus alternatives, des applications tierces, des formes de modération plus avancées, etc. L'enjeu est alors de pouvoir décentraliser les décisions prises sur le fonctionnement des plateformes jusqu'à les mettre entre les mains des utilisateurs qui pourraient ainsi prendre le contrôle de la configuration de leurs environnements informationnels numériques.

Certains fournisseurs de réseaux sociaux, ONG, chercheurs et organismes publics ont déjà envisagé la possibilité de donner aux utilisateurs plus de contrôle sur leur expérience (Bluesky, Mastodon, Cory Doctorow, Daphné Keller, Francis Fukuyama, Maria Luisa Stasi, Célia Zolynski, Marc Faddoul, Panoptikon, etc.). Le cadre de régulation actuellement en cours de construction, et dont les règlements récemment adoptés ne sont qu'une première pierre, permettent d'**envisager un avenir où les réseaux sociaux sont ouverts à des innovations tierces et où les utilisateurs peuvent configurer leur expérience comme ils le souhaitent**, répondant ainsi à de nombreux problèmes et défaillances précédemment identifiées. C'est d'ailleurs une des pistes

identifiées par la résolution du Parlement européen visant à agir sur la conception addictive des réseaux sociaux¹³.

Entre de nombreuses autres conditions liées à la protection de la vie privée ou encore à l'encadrement légal des dispositifs tiers, **l'ouverture des réseaux sociaux n'est envisageable qu'à la condition d'avoir une régulation économique qui permette de déterminer dans quelle condition un accès peut ou doit être ouvert à un réseau social au bénéfice d'un acteur tiers**. Ce qui abonde l'idée que la régulation économique sert la régulation sociale¹⁴ et rend d'autant plus nécessaire un dispositif tel que celui proposé supra.

Une fois la question économique abordée que signifie concrètement et d'un point de vue fonctionnel ouvrir les réseaux sociaux ?

3. Quels moyens concrets pour permettre l'ouverture des réseaux sociaux ?

Une gradation de moyens est envisageable pour offrir un plus grand pouvoir de décision aux utilisateurs et assurer une ouverture des réseaux sociaux à des innovations tierces.

- Un premier moyen d'action, qui s'inscrit dans les logiques du règlement sur les services numériques et du règlement sur les marchés numériques, consiste à imposer **aux réseaux sociaux l'obligation d'offrir un plus grand choix dans la recommandation et la modération sur la plateforme elle-même**. Là où le règlement sur les services numériques impose aux réseaux sociaux de proposer un flux non profilé, il s'agirait de considérer la possibilité de choisir entre d'autres flux, avec une plus grande marge de manœuvre des utilisateurs. C'est la fonctionnalité particulièrement distinctive proposée par Bluesky. De même, là où le règlement impose le déploiement de fonctionnalités de modération avancées, certaines pourraient être à la main de l'utilisateur selon ses préférences. Si certaines fonctionnalités sont déjà proposées à ce jour (cacher certains mots ou comptes), d'autres bien plus riches sont amplement envisageables.
- Un deuxième moyen serait **d'encourager et d'encadrer le développement de plugins pour les navigateurs et applications, permettant aux utilisateurs de configurer leur expérience sur le réseau social**. De tel plugins existent déjà sur les navigateurs fixes, constituant un mouvement d'innovation à la marge

13 PARLEMENT EUROPEEN, *De nouvelles règles européennes pour lutter contre la dépendance numérique*, Europarl.europa.eu, 12 décembre 2023.

14 CONSEIL NATIONAL DU NUMERIQUE, *Explorer l'opportunité du dégroupage. Un échange avec Maria Luisa Stasi*, Cnumerique.fr, 27 novembre 2023.

qualifié de design tactique¹⁵ avec des extensions qui permettent de mieux configurer son algorithme de recommandation comme la preuve de concept YouChoose ou le plugin fonctionnel de l'association Tournesol. Ces deux fonctionnalités, comme de nombreuses autres, interviennent depuis le navigateur pour modifier l'affichage de la page du réseau social en fournissant des recommandations alternatives à celles de Youtube par exemple. Toutefois, le nombre et la portée de ces initiatives sont limitées par les conditions générales d'utilisation des plateformes soulignant la nécessité de les encadrer pour s'assurer qu'elles permettent le développement de ces plugins.

- Ces outils, s'ils permettent une plus grande liberté de choix pour l'utilisateur en assurant une forme d'interopérabilité adverse (concept théorisé par Cory Doctorow¹⁶), n'offrent donc pas la capacité de brancher un service tiers sur le réseau social au-delà de l'affichage ou de certaines fonctionnalités limitées. **D'autres mécanismes peuvent alors être envisagés, comme par exemple les « middlewares », c'est-à-dire l'ajout de logiciels, par exemple, de recommandation ou de modération, qui viennent s'insérer entre le réseau social et l'utilisateur** pour ajouter une surcouche de fonctionnalités ou une esthétique différente¹⁷.
- Comme cela était le cas jusque récemment encore pour des réseaux comme Twitter ou Reddit **des écosystèmes d'applications tierces peuvent permettre aux utilisateurs de choisir l'environnement applicatif dans lequel ils interagissent avec le réseau social**. L'existence de telles applications, développées par n'importe quel développeur, dépend de la capacité de ces applications à accéder au réseau social grâce aux interfaces que constituent les API du réseau social. Si l'API publique de Mastodon permet à un écosystème très riche d'applications tierces d'exister¹⁸, ce n'est plus le cas pour les autres réseaux sociaux qui ont décidé de fermer leurs API en érigeant notamment des barrières tarifaires beaucoup trop conséquentes¹⁹. Pourtant dans de tels applications de nombreuses fonctionnalités d'une grande valeur peuvent être proposées aux utilisateurs, leur permettant de ne plus dépendre de la seule volonté du réseau lui-même.
- Pour envisager l'éclosion d'applications et de fonctionnalités tierces, **il est enfin possible d'encourager au dégroupage, c'est-à-dire défendre un principe**

15 N. MAUDET, *Design tactique*, Tèque, 2023/1, n°3.

16 C. DOCTOROW, *Adversarial interoperability*, Eff.org, 2 octobre 2019.

17 F. FUKUYAMA, et al., *Report of the Working Group on Platform Scale*, Stanford Cyber Policy Center, Stanford.edu, 17 novembre 2020.

18 <https://joinmastodon.org/fr/apps>

19 J. POT, *How to Make Reddit Suck Less on Your Phone*, Wired.com, 19 septembre 2023.

d'accès à certaines ressources dont le réseau social dispose afin de permettre leur exploitation par une entité tierce. Cette proposition avait déjà été formulée dans le cadre des États généraux des nouvelles régulations du numérique²⁰ et a été approfondie depuis par diverses entités et personnes, dont Maria Luisa Stasi.

Ces différentes propositions représentent autant de moyens d'action pour pratiquer l'ouverture des réseaux sociaux. **Ce passage d'une logique de « contrôleur d'accès » discrétionnaire à un principe d'ouverture sous conditions économiques et techniques ouvre sur la possibilité pour les utilisateurs d'exercer un véritable choix et un pouvoir de décision sur les réseaux sociaux.** Mais encore une fois cette possibilité exige de penser, entre autres, les conditions économiques de sa réalisation. Que ce soit par un regain d'exposition à la publicité, par le don de temps bénévole, par un paiement supplémentaire, cet ajout de fonctionnalité a un coût, que ce soit du côté du réseau social ou du côté du nouvel intermédiaire. Toute la question est de savoir que représente ce coût, pour quelles conditions d'accès et quelles fonctionnalités nouvelles.

4. Penser l'ouverture dans le nouveau contexte de l'articulation entre réseaux sociaux et agents conversationnels

Loin d'être une projection hors-sol, la généralisation rapide des intelligences artificielles génératives conduit à pousser cette réflexion et à envisager l'accès aux réseaux sociaux par des tiers, ici les fournisseurs d'agents conversationnels. Parce qu'elles proposent un nouveau moyen d'accéder à l'information dès à présent, elles pourront permettre demain d'accéder autrement aux contenus des réseaux sociaux. C'est par ailleurs l'horizon qui se profile avec l'annonce de la commercialisation du Rabbit R1, un mobile qui rompt avec le système d'exploitation des smartphones et l'écosystème des applications en se fondant sur une intelligence artificielle générative capable d'apprendre comment l'utilisateur interagit avec les applications pour reproduire son comportement. L'utilisation n'aura alors plus qu'à faire une demande sur une interface unique. Ce changement s'accompagne de l'aptitude offerte à tout un chacun de configurer des agents personnels pouvant exercer une tâche en particulier²¹. Cette dynamique procède de ce que l'on peut appeler l'agentification de nos activités numériques et consisterait en une nouvelle forme d'intermédiation généralisée²². Au-delà du cas du R1, il importe de considérer le cas de Perplexity qui propose d'ores et déjà un mode d'interaction avec son agent conversationnel portant

20 CONSEIL NATIONAL DU NUMÉRIQUE, *Synthèse de la consultation. Concurrence*, Cnumerique.fr, mai 2020, pp. 100 et s.

21 OpenAI, *Introducing GPTs*, 6 novembre 2023.

22 Bill Gates, *AI is about to completely change how you use computers*, 9 novembre 2023

spécifiquement sur les contenus de Youtube et Reddit. Ce qui montre bien que demain, l'accès à l'information dispensée aujourd'hui par les réseaux sociaux pourra se faire sous une toute autre forme par le biais d'agents conversationnels.

Pour ce qui concerne les réseaux sociaux, on entrevoit alors un monde où toute personne a l'aptitude de configurer son accès aux réseaux sociaux en interagissant uniquement avec ce nouvel intermédiaire que serait l'agent conversationnel. Ce qui offrirait une expérience potentiellement de meilleure qualité, car paramétrable à loisir, bien au-delà de ce qui est pratiqué aujourd'hui. **Qu'il s'agisse de définir ses propres modalités de recommandation et de modération, de pouvoir bénéficier de résumés de ce qui se dit sur une diversité de sujets adaptés à nos besoins, de regrouper l'ensemble de ses conversations sur une seule interface, de faire interagir des contenus de diverses sortes ou provenances, etc.** De ce point de vue, on comprend la stratégie de certains acteurs de coupler l'accès à leur intelligence artificielle générative avec un abonnement à leur réseau social²³. Néanmoins, les risques de cloisonnement s'aggravent aussi, étant donné que les détenteurs des réseaux sociaux dominants sont les mêmes entreprises qui développent les modèles de langage les plus utilisés à ce jour, rendant encore plus prégnante la possibilité d'une intégration entre réseaux sociaux et agents conversationnels, circonscrite à un système fermé.

La question qui se pose à nous est de savoir :

- **si l'on se contentera d'un environnement dans lequel nous restons dans des silos fermés où un réseau social est accessible par un agent conversationnel**, lequel se nourrit en priorité d'un espace informationnel limité auquel il a accès avec un risque de déperdition de la valeur aussi bien pécuniaire que dans la qualité du contenu produit. Ce qui emporte le risque de continuer à déléguer à une entreprise privée le pouvoir de configurer intégralement notre espace informationnel « personnalisé » en fonction de ses intérêts privés, renonçant ainsi définitivement à l'idée même d'un espace public numérique partagé ;
- **ou si l'on souhaite avoir un espace ouvert où l'interconnexion est défendue entre l'ensemble des réseaux sociaux et agents conversationnels**, de sorte à permettre leur enrichissement, à assurer leur diversité culturelle, à prévenir leur dérive mais aussi de donner aux utilisateurs la capacité de partager leurs espaces informationnels et de choisir complètement leurs modalités d'accès au contenu des réseaux sociaux.

Contact : info@cnnumerique.fr

²³ Par exemple l'agent conversationnel à intelligence artificielle générative Grok, développé par xAI, proposé aux abonnés Premium + de la plateforme X.