



celui des sites, des blogs et des forums. Car ce que nous appelons « nouvelles technologies », « technologies numériques », « technologies de l'information et de la communication » ou, plus simplement, la « tech » compte précisément au rang des technologies de publication, au même titre que l'écriture alphabétique, l'imprimerie ou la télévision. « Tout à coup, grâce à ces nouveaux médias numériques multidirectionnels, les publics vont être en capacité de produire eux-mêmes des contenus. On a eu raison de parler de démocratisation, d'horizontalisation : les citoyens lambda ont fait irruption dans l'espace médiatique », explique Anne Alombert.

Comment, dès lors, expliquer le revirement des années 2010 (déjà mentionné) et la montée d'une forme de suspicion à l'égard de la force démocratique des technologies numériques ? « Les années 2010 correspondent à une nouvelle mutation à l'intérieur de ces médias numériques, avec le développement des réseaux sociaux commerciaux (comme Facebook, Twitter, TikTok) et des plateformes de contenus commerciales (comme YouTube, Netflix ou Spotify) », note la philosophe. Des structures dont le principe repose sur la recommandation algorithmique, qui va elle-même à l'encontre de la dynamique entamée précédemment.

Chargés de sélectionner dans la masse des contenus publiés sur les plateformes pour en visibiliser quelques-uns – et en invisibiliser d'autres –, ces algorithmes et les critères selon lesquels ils opèrent sont, en effet, établis et gérés de manière opaque par les entreprises privées qui les possèdent. « Loin d'être des vecteurs d'horizontalité, les réseaux sociaux actuels présentent, en réalité, un fonctionnement extrêmement vertical, fait valoir Anne Alombert. Certes, tout le monde peut y publier, mais l'entreprise choisit ce qui sera vu et ce qui ne sera pas vu dans l'espace

public qu'est la plateforme – ce qui pose un sérieux problème de pluralisme. L'expression y est de plus à la merci des intérêts privés, qu'ils soient économiques ou politiques. » Fondées sur une économie de l'attention, les plateformes ont de plus tendance à promouvoir les contenus les plus sensationnels et les plus polarisants, avec tous les effets politiques que l'on connaît – quand ces plateformes ne sont pas directement mises au service d'un agenda politique, comme le réseau X du milliardaire Elon Musk.

Si les années 1990 avaient fait espérer à certains l'avènement d'un espace public libéré de ses figures régulatrices, les années 2010 ont donc signé leur retour en fanfare – et en pire. « Les anciens "gatekeepers" de la parole publique, c'est-à-dire les médias traditionnels, ont parfois vu leur influence décliner. Mais l'espace ainsi ouvert a rapidement été occupé, avec les grandes plateformes du numérique, par un pouvoir privé oligopolistique sur l'expression en ligne constitué d'une poignée d'entreprises américaines », analyse Sébastien Broca.

SUBVERSION DU CADRE DE LA DISCUSSION

La structuration actuelle des technologies numériques affecte le fonctionnement du débat public et la formation de l'opinion à un niveau plus profond encore, remarque Fred Turner, historien américain des médias et professeur de sciences de la communication à l'université Stanford. « Les vagues de révolutions des technologies de la communication, qui se sont succédé depuis le XIX^e siècle, sont allées main dans la main avec des révolutions dans le milieu des transports. Le télégraphe courait le long des chemins de fer pour connecter l'est et l'ouest américains ; le cinéma et l'automobile se sont développés à la même période, tout comme la télévision s'est banalisée en même temps que le transport aérien. Ces nouveaux

moyens de transport et de communication ont conjointement, et dramatiquement, réduit le temps et l'effort nécessaire aux individus pour se voir et se parler : soudain, le monde entier est devenu un seul et immense espace de délibération. »

Une subversion du cadre de la discussion qui n'est pas sans conséquence. Sur le plan spatial, d'abord : si, jusqu'aux années 1980, l'espace public était constitué par des médias nationaux et des élites politiques nationales, ce cadre permettait sa régulation par l'Etat. En France, la massification de la télévision avait ainsi donné lieu, dans les années 1970 et 1980, à des législations encadrant le secteur de l'audiovisuel, par exemple avec des organismes comme le Conseil supérieur de l'audiovisuel ; ou encore à la création d'un service public audiovisuel ne fonctionnant pas selon la seule loi de l'Audimat et de l'audience, pour assurer une forme de pluralisme dans ces médias individuels. « Or, ce cadre spatio-juridique est aujourd'hui subverti, voire aboli, par la configuration techno-économique actuelle du numérique – c'est-à-dire la Big Tech, qui cherche et parvient souvent à échapper à toute réglementation », note Dominique Boullier, professeur émérite des universités en sociologie à Sciences Po.

L'abolition des repères temporels pose d'autres problèmes. « L'espace public est censé être un espace de production de connaissances spécifiques, appuyé notamment sur un arrière-plan scientifique, et qui doit permettre à la discussion, à l'argumentation de se déployer. Cela prend du temps », explique Dominique Boullier. Or, le modèle technologique développé par les plateformes privilégie, pour des raisons publicitaires, la réactivité et la viralité. « Il permet certes l'expression et la participation de tout le monde, mais il ne débouche sur rien d'un point de vue politique : il n'a pas pour objectif

la lente construction d'un intérêt général et d'un monde commun, mais la rapide génération de profits », alerte le sociologue.

Et l'IA ? De l'avis des chercheurs, les agents conversationnels du type ChatGPT risquent de renforcer les difficultés déjà existantes. « Les IA génératives ajoutent à cette dispersion spatio-temporelle une dispersion du réel, de la réalité, voire de la vérité, ajoute Jade Meyrieu. On ne sait plus exactement, dans les informations qui circulent – qu'elles soient textuelles ou audiovisuelles –, ce qui relève du réel ou de l'irréel, de l'humain et de la machine. La perte de repères est donc plus importante qu'avec toutes les autres technologies qui ont précédé. » « L'IA opère une radicalisation des problèmes de pluralisme que l'on a depuis quelques années avec les grands réseaux sociaux commerciaux, relève, quant à lui, Sébastien Broca. Avec les LLM, le contrôle exercé par des entreprises comme OpenAI, DeepSeek ou Google sur le dicible et l'indicible, le visible et l'invisible, devient encore plus fort. »

EFFETS POTENTIELLEMENT DÉVASTATEURS

Mais les agents conversationnels et les grands modèles de langage (LLM) sur lesquels ils reposent pourraient bien avoir des effets démocratiques propres – et potentiellement dévastateurs. « Les LLM produisent des réponses textuelles sur la base de calculs statistiques, ils ne vont pas "chercher" de l'information et présenter tous les résultats correspondants : les utiliser de la même manière qu'on utilise un moteur de recherche pose donc de graves problèmes de mésinformation, car les réponses composées par la machine peuvent être complètement fausses ou partiales », souligne Anne Alombert. Une tendance qu'ils peuvent également alimenter en servant d'outils pour la production et la diffusion de fausses informations à l'échelle industrielle.

Surtout, la banalisation du recours aux agents conversationnels en lieu et place de la recherche Web pourrait engager un basculement cognitif important. En effet, chercher une information grâce à un moteur de recherche comme Google, DuckDuckGo ou Ecosia implique, pour naviguer, de mettre en forme ses pensées pour sélectionner les termes de la question les plus importants et en faire des mots-clés, d'évaluer les sites Web proposés en fonction de critères (de fiabilité, par exemple), de prendre des décisions et mobiliser sa mémoire pour naviguer de page en page, de juger de la qualité des informations proposées... Des facultés psychiques, mentales, intellectuelles que ne sollicitent pas les agents conversationnels, selon Anne Alombert : « ChatGPT apporte du prêt-à-penser et instaure un rapport non critique à l'information, un rapport de pur consommateur : l'utilisateur ne décide rien par lui-même. »

Car si les prouesses des IA génératives sont souvent saluées, et les inquiétudes quant à l'émergence d'une « singularité » autonome souvent brandies, elles éclipsent les risques que fait peser l'usage le plus banal sur les capacités critiques des citoyens, et qui commencent à être documentés. « Il faut se demander à quoi servent ces logiciels, alerte Sébastien Broca. Qu'automatise-t-on ? Des compétences, comme la capacité à rechercher l'information pertinente, à l'organiser et à la traduire ensuite dans une réflexion argumentée. En s'habituant à utiliser ces outils, les citoyens risquent de perdre petit à petit ces compétences politiques. Là réside le danger pour une culture démocratique vivante. »

S'il peut sembler paradoxal que la facilitation et la démultiplication de la conversation (entre humains via les réseaux sociaux et entre humains et machines via les agents conversationnels) puissent aujourd'hui affaiblir le débat public, les chercheurs rappellent que les effets des technologies dépendent moins de leurs propriétés techniques que des pouvoirs socio-économiques qui les déploient et les emploient. Finalement, « ce n'est pas la technologie qui m'inquiète, mais l'état des institutions démocratiques, avoue Fred Turner. Nous devons renforcer ces institutions pour pouvoir être, grâce à elles, en mesure de placer des limites humaines aux machines que nous développons ». Car, au fond, c'est bien l'état de santé des démocraties dans lesquelles les technologies se déploient qui détermine si ces dernières sont remède ou poison. ■

MARION DUPONT

« CHATGPT APORTE
DU PRÊT-À-PENSER
ET INSTAURE
UN RAPPORT
NON CRITIQUE
À L'INFORMATION :
L'UTILISATEUR
NE DÉCIDE RIEN
PAR LUI-MÊME »

ANNE ALOMBERT
philosophe et maîtresse
de conférences
à l'université Paris-VIII