

Des réseaux sociaux à l'IA générative

ENTRETIEN AVEC FRANÇOIS RASTIER

Cités : Vous avez travaillé pendant une dizaine d'années dans un laboratoire d'intelligence artificielle et vous venez de publier L'IA m'a tué. Comment comprendre un monde post-humain¹. Comment définiriez-vous l'IA et l'IA générative, et caractériseriez-vous ses usages sur les réseaux sociaux ?

François Rastier : Sans souscrire au slogan transhumaniste et rémunérateur que concrétise le nom même d'*intelligence artificielle*, formulé en 1956 dans une demande de financement, je préfère donner au sigle IA le sens d'*informatique appliquée*, en abordant successivement l'IA « classique » et l'IA connexionniste dans sa version générative.

L'IA classique, dite *symbolique*, emploie des algorithmes déterministes, suites d'instructions qui s'appliquent dans un ordre strict ; l'IA connexionniste, structurée en réseaux de « neurones » formels, emploie des algorithmes stochastiques, et recalcule chaque pas du processus en conciliant des données d'apprentissage et le contexte de décision. L'IA générative met en œuvre les principes du connexionnisme, acquis depuis des décennies, mais dont l'application restait limitée par la puissance de calcul et la disponibilité de données d'apprentissage. Grâce à la technologie des *transformers* (d'où le *T* de GPT), conçue en 2017, elle a pu produire des textes et des images passables, au prix des calculs vectoriels massifs – et gourmands en énergie. Je ne critique aucunement l'IA, mais les dérives des systèmes d'IA générative grand public et la badauderie exaltée qui les entoure.

1. François Rastier, *L'IA m'a tué. Comment comprendre un monde post-humain*, Paris, Intervalles, 2025.

L'IA aura techniquement permis la mise en œuvre des réseaux sociaux, mais prenons du recul à leur égard. Encore présentés comme l'acmé de la communication¹, ces réseaux permettent-ils de communiquer ? Le projet, éminemment inclusif, des réseaux sociaux veut que chacun puisse s'adresser à tous. Cela se comprend au sein d'une petite collectivité : Facebook était d'abord destiné à mettre en rapport les étudiants d'une même université. Cette facilité de s'adresser à une cantonade ne présage rien toutefois des « contenus » échangés.

La prétention égalitaire des réseaux semble aussi illusoire que l'horizontalité promise. Dans tout réseau, une petite minorité « s'exprime », les autres n'interviennent pas. On ne sait pourquoi, mais il serait illusoire de penser que tout un chacun se soucie d'écouter tout le monde.

En effet, la communication suppose un choix d'interlocuteurs et la constitution d'un espace de discussion, où se rencontrent des intérêts communs, des connaissances implicites et des questions en partage, des adversaires et non des ennemis. Rien de tout cela n'est requis par les réseaux sociaux, où les contradicteurs deviennent des adversaires, puis des ennemis.

Les réseaux sont réputés favoriser la communication ; or cette communication est asynchrone : il s'échange 7 milliards par jour de messages vocaux, mais ces messages n'ont rien d'une conversation et la plupart restent sans portée.

Il en va de même pour les propos des IA génératives : sans garantie assurée ni point de vue déterminable, ces chaînes de caractères devraient être considérées comme des leurre et rester sans portée ; on ne sait en effet de qui ou de quoi ils émanent, et je reprendrais volontiers à mon compte le propos de Friedrich Schlegel dans sa *Philosophie de la philologie* (1797) : « Il est inutile d'interpréter les textes inauthentiques. »

Dans le même temps, la notion de norme, ou même simplement de convention, indépendamment de toute loi écrite, s'absente : la dérégulation des plateformes, entérinée en 1996 sous Clinton, les déliait de toute responsabilité à l'égard des contenus qu'elles diffusent, et leurs usagers se sont donc crus tout permis. Il s'ensuivit des torrents orduriers (les *shits-*

1. Voir ces propos lénifiants : « L'analyse des réseaux sociaux concerne l'étude des relations entre entités sociales. Les progrès récents des technologies Internet et des sites de médias sociaux, comme Facebook, Twitter et LinkedIn, ont créé des opportunités exceptionnelles pour les gens de se connecter, de communiquer ou de commenter des questions ou des événements qui les intéressent. Les réseaux sociaux sont dynamiques et évolutifs par nature ; ils impliquent également un grand nombre d'utilisateurs », *The 12th International Conference on Social Networks Analysis, Management and Security* (SNAMS-2025: <https://emergingtechnet.org/SNAMS2025/index.php>).

shitstorms

torm/s qui ont périmé la *common decency*, nécessaire à toute démocratie, selon Orwell – voire l'*aidos*, cette mesure, ce sens de l'honneur qu'évoquait en son temps Périclès.

Cités : Comment analyser l'entrelacs entre dérégulation, d'une part et algorithmisation de l'autre ?

F. R. : On a pu s'étonner que des étudiants à capuche, prétendant promouvoir des relations sociales horizontales, libérées de toutes les pesanteurs institutionnelles, se soient mués en oligarques. La décontraction affichée cachait cependant une volonté de dérégulation qui est restée constante.

En outre, dès les débuts, la dérégulation institutionnelle dissimulait une régulation arbitraire, aussi opaque que discrète, celle des algorithmes couverts par le secret industriel : des réseaux sociaux à l'IA, ces algorithmes influencent, avec l'information affichée, les représentations collectives et pourraient bien reconfigurer ainsi le monde social. Leur main invisible reste celle du marché, mais revêtue d'un gant de velours virtuel, elle parvient avec une poigne impitoyable à contraindre les esprits, comme l'attestent en premier lieu les addictions croissantes qui affectent la santé mentale des adolescents.

Que s'est-il passé ? En l'absence de régulation, des milliards de faux comptes ont occupé les réseaux. En outre, de mise sur Internet, l'anonymat et le pseudonymat introduisent d'emblée une dérégulation et favorisent l'irresponsabilité : en principe, les comportements agressifs sont exclus par les conditions d'utilisation, mais comme ils sont des vecteurs d'attention, ils sont tolérés, voire primés par les algorithmes, d'autant mieux que les réseaux ne sont pas modérés – ce qui est le cas pour tous les réseaux aujourd'hui, sauf pour des raisons politiques, dans les tyrannies comme la Chine ou la Russie, où les réseaux sont des instruments de surveillance politique.

Les réseaux auront favorisé la création d'un espace indécis, une sorte de cantonade aux contours flous, où la distinction entre public et privé n'a plus cours, ce qui favorise tout à la fois l'exhibition et les stratégies d'influence, qu'il s'agisse d'emprise personnelle, de prosélytisme sectaire ou de désinformation politique.

Le caractère public des messages interpersonnels favorise les usages histrioniques, puisque chacun se trouve comme sur scène, dans une dramaturgie plus foraine qu'aulique. Un dernier aboutissement de ce paradoxe communicationnel pourrait être l'affrontement grotesque entre Musk et

143

*Des réseaux sociaux
à l'IA générative*
Valérie Kokoszka

Trump, le 5 juin 2025, chacun insultant l'autre, mais en soliloquant sur son propre réseau, Musk sur X et Trump sur Truth Social.

Dès sa création, Facebook attisait les rivalités : chaque compte reste quantifié par le nombre de *followers*, vrais ou achetés par lots, et par ses divers indices d'activité ; les autres réseaux ont fait de même. Dans cet espace fait pour diviser, toute discussion sérieuse reste impossible, et peut être *trollée* à tout moment par des agresseurs ineptes.

En outre, le *leadership* est primé par les algorithmes de renforcement, sur le principe du PageRank de Google. La distinction entre *leaders* et *followers* s'approfondit ainsi sans cesse : c'est un premier principe du populisme numérique. Faut-il s'étonner que les politiques aient cédé à la démagogie ? Ils ont du moins investi les réseaux pour gagner en popularité. Et ils sont devenus un instrument majeur de l'influence politique, comme dans les campagnes de Trump, de Bolsonaro et de Milei.

Plus généralement, les algorithmes de renforcement, des réseaux sociaux à l'IA, sont un facteur de radicalisation individuelle ou collective, dans les domaines les plus divers. Qu'il s'agisse de surenchérir dans l'anorexie, la musculation sous stéroïdes, la xénophobie, le djihadisme ou la pornographie, un même processus fondamental conduit à faire primer une dynamique locale sur toute loi et même sur toute norme, en induisant ainsi une transgression généralisée qui a pour effet de déconstruire l'espace social comme le monde intime.

Comme l'intension décroît avec l'extension, à l'extension du public répond, par un second principe, la diminution de la qualité : les bas-fonds de l'écrit, jadis des graffitis épars, maintenant élevés au rang de textos, se publient, se diffusent et trouvent des relais. Émergeant du flot des niaiseries oiseuses, les formules agressives sont primées par les algorithmes, car elles augmentent les temps de fixation attentionnelle : la culture du *clash* s'impose, puisque le modèle économique des réseaux et de l'Internet « libre » repose sur l'économie de l'attention, c'est-à-dire le temps de cerveau disponible pour la publicité¹.

Les réseaux sociaux présentent ainsi le reflet voire le modèle réduit et caricatural d'une société où la démagogie couvre des inégalités croissantes. Elles sont assurées par les biais algorithmiques multiples qui promeuvent certains produits ou certains « contenus ». Dans le cas du réseau X, il s'agit

1. Par exemple, en 2024, les revenus publicitaires de Google, pour son seul moteur de recherche, ont dépassé 297 milliards de dollars.

à présent, en premier lieu, des messages d'Elon Musk, qui apparaissent systématiquement en tête. Ici la marchandisation économique et l'influence politique deviennent indiscernables, puisqu'il s'agit d'assurer la domination politique des *big tech*, dont les réseaux sociaux sont le principal produit.

Bref, à supposer qu'ils l'aient jamais été, les réseaux dits « sociaux » ne le sont plus guère. En révélant dans son témoignage en justice le 15 avril 2025 que les connexions avec des « amis » n'occupent que 7 % du temps sur Instagram et 17 % sur Facebook, Mark Zuckerberg laisse entendre que les réseaux sociaux se sont fondus dans l'*entertainment*.

La multiplication des images et des vidéos sur X, WhatsApp, Instagram, et des « tubes » comme TikTok a permis de faire émerger la figure de l'*influenceur*. Ces leaders d'opinion se sont multipliés avec d'autant plus de facilité que, passé un certain nombre d'abonnés, ils sont rémunérés tout à la fois par les plateformes et par les sponsors des produits qu'ils vantent. Et depuis l'apparition des premières IA génératives fin 2023, les *chatbots* se sont associés aux réseaux et ont assumé les rôles dévolus aux influenceurs, d'autant mieux que les influenceurs créés par IA se multiplient.

Ainsi, les réseaux sociaux auront anticipé l'IA générative. En effet, les données accumulées en deux décennies sur les réseaux sociaux ont servi à entraîner ces IA, ce qui leur confère un air de familiarité et leur permet d'assurer leur emprise sur le même public, conquis d'avance.

Cependant, la moitié des « contenus » d'Internet est déjà produit par des robots (une estimation prudente de Google début 2025 s'en tenait à 48 %). Cela confirme assez bien ce que l'on a nommé la *Dead Internet Theory*.

Divers facteurs concourent à cela. L'usage des IA génératives s'est répandu dans le monde de l'entreprise, et les cadres y recourent plus que d'autres – en France, 45 % d'entre eux chaque jour : par exemple, le réseau professionnel LinkedIn comprend une majorité de contenus générés par l'IA. Enfin, les opérations d'influence politique n'ont fait que renforcer la part de ces « contenus ».

Cités : Quel est le rôle joué par le neuromarketing ? À quel type de manipulations conduit-il ?

F. R. : Largement utilisés dans les réseaux sociaux, les principes du neuromarketing s'appuient sur des émotions de base. Par exemple, dans une espèce sociale comme la nôtre, le signal d'un message adressé libère un

petit shoot de dopamine, qui participe du circuit de la récompense : ainsi un adolescent ordinaire reçoit en moyenne cinq cents notifications par jour, d'où une addiction bien attestée. Une application permet même de recevoir des notifications sans message : peu importe, on s'intéresse à moi !

À présent, les *chatbots* de compagnie, voire « sentimentaux », multiplient les relances, et leurs propos élogieux et caressants visent à libérer de l'oxytocine, hormone de l'attendrissement voire de la tendresse. L'attachement induit est largement documenté, et favorise l'emprise intime de ces IA.

Cités : Parmi les différents bots qui occupent l'espace numérique, on relève la présence de chatbots sentimentaux. Outre l'effet d'addiction qu'ils génèrent, quels sont les effets de cette dématérialisation du sensible ?

F. R. : La sphère de l'intime est en effet devenue l'objet de convoitises industrielles.

Les limites physiques de la Terre s'opposent déjà en bien des domaines à l'extension des profits. Après avoir pour l'essentiel privatisé ou occupé sans titre le monde physique, y compris la stratosphère, il restait à ouvrir un nouveau domaine des industries extractives, la récolte des données, souvent célébrées comme « le pétrole du XXI^e siècle ».

Dès le lancement de Facebook, Zuckerberg disait qu'après avoir fait le graphe de tous les objets, il fallait faire celui de tous les humains. Leur mise en relation fut d'emblée biaisée par les algorithmes de *ranking* primant les comptes les plus « populaires ».

Depuis, les deux tiers de l'humanité se sont connectés, et la moitié environ sur les réseaux sociaux, en comptant TikTok. Pour les IA, ces réseaux ont servi à récolter les données du monde social ou de ce qui en tient lieu, puis à établir un modèle économique par la captation de l'attention vers les sponsors publicitaires. L'essor des réseaux n'aura été qu'une première étape, car ces données sont exploitées par les IA grand public, qui conservent le même modèle économique, mais, tout en exploitant des relations interpersonnelles « publiques », s'emploient à privatiser le monde intérieur et à accumuler les données intimes pour les monétiser auprès des pouvoirs politiques et commerciaux.

De fait, les réseaux sociaux voient leur fréquentation stagner voire diminuer au profit des *chatbots* : par exemple, selon Médiamétrie, ChatGPT a été utilisé en mai 2025 par 18,3 millions de Français, alors que X régressait à 15,5 millions – en baisse de 4 millions par rapport à 2024.

Les réseaux sociaux prennent ainsi bon gré mal gré le tournant des *chatbots*. Par exemple, sur WhatsApp, l'IA de Meta est obligatoirement ajoutée

en « amie », et il est impossible de la supprimer. En moins de trois ans, par exemple, 550 millions de personnes utilisent ChatGPT, et les autres *chatbots* ne sont pas en reste. Avec l'appui des institutions étatiques, ces *chatbots* sont répandus dans les entreprises (dans certaines il faut à présent se *justifier* de ne pas les utiliser), dans l'enseignement, etc. Toutes les interactions avec l'IA alimentent en outre les données dont elle se nourrit – données qui ne sont pas, rappelons-le, ce qu'on nous donne, mais ce qu'on nous prend.

Or les *chatbots* assurent de plus en plus leur emprise sur la vie privée, même dans sa dimension intime. Il ne s'agit plus seulement de consultations sur des placements ou des itinéraires de voyage mais de développement personnel, de coaching conjugal, de flirts virtuels mais torrides, de conseils santé, et jusqu'à des « psychothérapies » – d'autant plus nécessaires que la santé mentale est ébranlée par l'addiction aux réseaux sociaux et aux IA. Une étude comparative parue en avril 2025 dans la *Harvard Business Review* montre une évolution rapide : alors qu'en 2024 la « recherche d'idées » venait en premier lieu des consultations, en 2025 c'est la « compagnie » et la « thérapie » qui priment, avant « l'organisation de la vie ». Chez les jeunes Français de 18 à 25 ans, cet usage quotidien a doublé entre 2024 et 2025, passant de 22 % à 45 %.

Peu à peu le *chatbot* s'arrogé le rôle de la conscience ; mais non pas la conscience morale dans ce qu'elle peut avoir de normatif, comme le Jiminy Cricket du *Pinocchio* de Disney, mais bien l'âme damnée, celle qui flatte et radicalise les penchants, *Tel*/ce jeune Anglo-Indien, qui voulait commettre un attentat décolonial, et, encouragé par son *chatbot* Replika, s'arma d'une arbalète et partit tuer la reine d'Angleterre.

Enfin, avec le développement des IA dites *agentiques*, conçues pour agir à votre place, de nouvelles démissions se profilent. Il ne s'agit plus seulement de recherche d'informations ou de partenaires, mais d'achats en ligne qui combleront les sponsors, si bien que la société VisaCard a déjà créé une application idoine.

Cités : Comment cerner les enjeux démocratiques voire géopolitiques de l'IA générative sur les RS compte tenu des positions américaines (Google, Grok), chinoises (ABCD), voire russes ?

F.R. : Merci de rappeler ces ABCD, sigle par lequel je propose d'abréger Alibaba, ByteDance et Baidu, CC du PCC¹ et DeepSeek.

1. La direction chinoise est à la tête d'un réseau majeur, puisque tout citoyen est tenu de télécharger l'application gouvernementale qui permet de noter son « crédit social ».

Sur Internet, 80 % des « contenus » émanent de 1 % des adresses IP (la plupart complotistes) et rien ne permet d'affirmer qu'elles correspondent à des personnes physiques. L'impact géopolitique est évident, du scandale Cambridge Analytica en 2016 aux 3 200 messages de Musk pendant la campagne présidentielle fin 2024.

David Colon décrit à bon droit la guerre mondiale de l'information, comme « cette guerre à laquelle nous n'étions pas préparés, qui s'est déroulée pour l'essentiel sans que nous en soyons conscients, et qui constitue pour nos démocraties une menace mortelle¹ ».

Dans la guerre hybride dont Internet est le champ de bataille principal, l'IA générative s'avère une arme redoutable : en avril 2025, par exemple, environ 1 400 narratifs prorusses étaient produits chaque jour, traduits en une quarantaine langues, et disséminés par des milliers de *bots*. Or, comme naguère les réseaux sociaux, les *chatbots* sont la principale source d'information pour les 15-29 ans. En outre, comme ces IA génératives synthétisent les narratifs quantitativement dominants, sur dix d'entre elles il s'en trouve déjà quatre pour affirmer que l'Ukraine a envahi la Russie ou que Macron est homosexuel.

Ce pourcentage ira croissant, et l'on peut craindre que la guerre hybride ne soit déjà perdue, avant même que l'opinion publique n'ait pris conscience qu'elle a été déclarée. En tout cas, l'alliance antidémocratique entre la Corée du Nord, l'Iran, la Russie et la Chine conduit, sur les réseaux sociaux comme ailleurs, des attaques convergentes au moyen d'IA génératives productrices de *chatbots* intarissables.

Je ne peux qu'évoquer pour finir un autre danger, celui de la machine à gouverner qu'évoquait déjà Hobbes dans son *Leviathan*, ou, en termes plus contemporains, celui de la gouvernementalité algorithmique : déjà l'on s'interroge sur certains des décrets de Trump qui semblent rédigés par IA ; et les Émirats arabes unis viennent de décider de rédiger de même leur corpus juridique, sans s'embarrasser de débats qui rappelleraient fâcheusement un processus démocratique. Bref, l'IA se voit parée à présent des atours de la souveraineté politique, voire métapolitique.

Propos recueillis par Valérie Kokoszka

1. David Colon, *La Guerre de l'information*, Paris, Tallandier, 2025, p. 17.