



unesco



# Laissons entrer le soleil

## Transparence et Responsabilité à l'ère numérique

Note thématique dans la série UNESCO:  
Tendances mondiales en  
matière de liberté d'expression  
et de développement des  
médias

### Principales Tendances:

- Il existe un débat mondial multipartite de plus en plus important soutenant le renforcement de la transparence comme moyen de rendre les entreprises de l'Internet davantage responsables de leurs opérations.
- Une plus grande transparence de la part des entreprises de l'Internet renforcerait les problématiques touchant tant à la liberté d'expression et à la vie privée qu'à l'éducation, aux sciences et à la culture, qui relèvent toutes de l'activité de l'UNESCO.
- Les rapports existants sur la transparence des entreprises fournissent beaucoup de données, mais présentent encore des lacunes importantes et couvrent diverses problématiques de différentes manières, rendant les comparaisons et les bonnes pratiques difficiles à identifier.
- Les nombreuses initiatives existantes visant à promouvoir une plus grande transparence d'Internet sont essentiellement ambitieuses, n'ont pas d'impact substantiel et se produisent de manière relativement isolée les unes des autres.
- Les nombreuses différences de types, de tailles, de modèles d'activité commerciale et de conception des entreprises de plateformes montrent qu'il est nécessaire d'établir des principes de haut niveau de référence, axés sur l'obtention de résultats.
- Les principes de haut niveau exposés dans cette note thématique peuvent servir de base à de futures discussions sur un cadre de transparence destiné à guider les entreprises, les décideurs et les régulateurs.

# Résumé

Cette note thématique établit les raisons pour lesquelles il est nécessaire de réfléchir à un cadre permettant une plus grande transparence des entreprises de l'Internet dans le cadre du travail multipartite de l'UNESCO de promotion et protection des droits de l'Homme dans l'écosystème numérique<sup>1</sup>. Axée particulièrement sur les entreprises fournissant des services qui gèrent du contenu et qui ont un impact sur les modes d'expression à plusieurs égards, cette note thématique souligne l'impact potentiel de ces entreprises sur des problématiques telles que la liberté d'expression et la vie privée, jusqu'à leur impact sur la démocratie de manière plus générale, ainsi que les questions de libre circulation de l'information et de la connaissance, de l'éducation aux médias et à l'information, de la recherche scientifique et de l'identité culturelle.

Ce document examine les mécanismes de transparence existants d'une série d'entreprises ainsi que certaines initiatives qui cherchent à promouvoir une plus grande transparence. En considérant les avantages et les limites des approches actuelles, ce document aborde l'importance d'une initiative unificatrice visant à élaborer la définition de transparence pour les principaux acteurs numériques.

Cette note thématique présente une sélection préliminaire de principes qui pourraient renforcer la transparence des entreprises de plateformes. Ces principes proposés, de haut niveau, peuvent constituer la base de discussions futures avec les entreprises et les autres parties prenantes. Un tel dialogue pourrait explorer la manière dont les principes peuvent être davantage développés, puis transformés en un cadre opérationnel plus précis. Le résultat obtenu pourrait servir de point de référence mondial pour les entreprises, les décideurs politiques et les régulateurs.

La pertinence de cette initiative pour l'UNESCO est liée à la façon dont le travail de l'Organisation se conjugue de plus en plus avec une série d'enjeux numériques et avec les nombreuses opportunités et défis qu'ils présentent. De par son rôle international dans la promotion de l'éducation, de la science, de la culture, de la liberté d'expression et de l'accès à l'information, l'UNESCO a un intérêt direct à une plus grande transparence du fonctionnement de l'écosystème numérique. La discussion qui suit approfondit cet intérêt, ce qu'une transparence accrue peut impliquer, et les avantages qui peuvent en résulter. Elle identifie une approche commune du sujet basée sur les positions convenues à l'UNESCO et en ayant pour objectif de renseigner la stratégie à moyen terme 2022-2029 de l'Organisation ainsi que la mise en oeuvre d'une proposition d'instrument normatif de l'UNESCO sur l'éthique de l'intelligence artificielle.

## Introduction

Il existe un débat mondial croissant en faveur d'une transparence accrue comme moyen optimal de rendre les entreprises de l'Internet davantage responsables de leurs opérations qui ont un impact sur des domaines de plus en plus nombreux de la vie sociale.

Une plus grande transparence de la part des entreprises fournirait davantage d'informations aux utilisateurs et contribuerait également à donner une base factuelle au débat public plus large sur l'impact des entreprises sur la démocratie, la liberté

<sup>1</sup> La note thématique a largement bénéficié d'une série de consultations bilatérales informelles avec plusieurs entreprises de l'Internet, des régulateurs et des experts de différents pays, tant du Nord que du Sud. Les opinions exprimées dans ce document ne sont pas nécessairement celles des personnes consultées. Cette publication constitue une base pour d'autres processus de consultation de l'UNESCO

d'expression et la vie privée. Les discussions actuelles sur la transparence couvrent toutes les approches, des approches réglementaires (il existe des initiatives législatives dans au moins 40 pays qui tentent de réglementer le contenu en ligne) à l'autorégulation et aux approches multipartites, en passant par les initiatives de responsabilité sociale, les mesures incitatives financières et les affaires judiciaires.

De leur côté, les entreprises de l'Internet, qui doivent rendre des comptes à leurs actionnaires et trouver un équilibre avec les intérêts des utilisateurs et l'opinion publique, négocient une cacophonie d'idées. Certaines de ces idées reflètent une connaissance limitée de l'architecture opérationnelle telle qu'elle est déployée et du caractère de l'intelligence artificielle au regard des opérations de l'entreprise. Les organisations de la société civile, quant à elles, sont de plus en plus actives dans la remise en question de la crédibilité des entreprises en tant qu'entreprises citoyennes. L'UNESCO envisage à cet égard une approche consensuelle apportant une valeur ajoutée au débat mondial, en soulignant entre autres les raisons pour lesquelles les entreprises elles-mêmes devraient adopter une approche globale de la transparence qui dépasse les engagements existants dans ce domaine.

Lorsque l'on considère la transparence des entreprises de l'Internet, plusieurs approches sont possibles. L'une d'elles est liée à la structure de l'entreprise elle-même - les conditions de service, les politiques en matière de données, les publicités, etc., ainsi que les processus associés de mise en oeuvre, de contrôle, de recours et de révision. Une autre approche consiste à définir les questions relatives à l'impact potentiel des entreprises de l'Internet - par exemple leur impact sur la démocratie, la liberté d'expression ou la vie privée. Cette note thématique tente de faire le lien entre ces deux approches et d'initier une discussion qui pourra être approfondie par un ensemble de principes plus élaborés et un cadre détaillé pour leur mise en oeuvre.

Il est à noter qu'il existe un large éventail d'entreprises de l'Internet, pour lesquelles la transparence en général peut contribuer à la responsabilité et au consensus international sur l'application des normes universelles en matière de droits de l'Homme et de libertés. Ces acteurs numériques vont de ceux qui fournissent l'infrastructure de télécommunications de base, en passant par les points d'échange Internet, ceux qui s'occupent de la connectivité, les fournisseurs de services de sécurité Internet, les opérateurs de commerce électronique, les fournisseurs de jeux, de recherche, de logiciels de navigation, les courtiers en publicité numérique et les boutiques d'applications, jusqu'à ceux qui fournissent une plateforme de partage de contenu, ainsi qu'un nombre croissant d'entreprises de développement de logiciel d'applications spécifiques qui traitent de la distribution de contenu.

Les préoccupations de l'UNESCO sont particulièrement pertinentes pour les entreprises qui font office de plateformes permettant aux utilisateurs de partager du contenu ou d'y accéder. Il s'agit notamment de celles dont les opérations incluent également des informations fournies par le milieu journalistique - et qui, dans le même temps, sont une bouffée d'air frais face à la désinformation et aux discours de haine. La plupart de ces entités gagnent de l'argent grâce à la publicité basée sur la collecte des données des utilisateurs. Par conséquent, c'est cette catégorie d'entreprises plateformes qui est au coeur de cette note thématique. Mais au sein même de ces entreprises de plateformes, il existe une grande diversité. Certaines sont spécialisées dans la vidéo, d'autres dans les photos, le chat audio, les messages, les courriels et les mêmes; plusieurs opèrent dans des formats hybrides. Certaines s'adressent aux marchés de contenu numérique pour les jeunes. Certaines couvrent de nombreux sujets, d'autres sont axées sur des thèmes précis. Quelques-unes proposent des groupes et des services de messagerie

relativement fermés, d'autres fonctionnent davantage comme des forums publics. Nombre de ces acteurs proposent des fonctions de recherche à divers degrés, et certains sont également impliqués dans le commerce électronique. D'autres entités combinent du contenu généré par les utilisateurs avec du contenu fourni centralement, et impliquent de différentes manières des utilisateurs afin de modérer la hiérarchisation du contenu. Toutefois, toutes ces entités assurent la curation de contenu pour les utilisateurs et la plupart d'entre elles interviennent en plus de la curation en modérant le contenu (souvent par le biais de ce que le secteur appelle des politiques de « confiance et de sécurité » et la dotation en personnel).

Outre le fait de saisir de manière insuffisante les nuances entre ces diverses entreprises de plateformes, l'instauration de contraintes exhaustives et détaillées en matière de transparence et en l'absence de principes généraux de haut niveau de référence, pourrait avantager les grandes entreprises. Le résultat risquerait d'être un effet indésirable de restriction de la concurrence en imposant une charge trop lourde aux petits ou aux nouveaux entrants, ce qui irait à l'encontre de l'importance du pluralisme en tant que facteur de responsabilité. Les principes de haut niveau en matière de transparence devraient donc être applicables aux entreprises de toutes tailles.

Cette note thématique identifie ainsi une série de principes de haut niveau de référence en matière de transparence qui pourraient être pertinents pour toutes les entreprises de plateformes. Elle reconnaît néanmoins que de nombreuses propositions ont été faites en vue d'élaborer un ensemble d'exigences opérationnelles en fonction de la taille des entreprises, telles que leur nombre d'utilisateurs ou leur pouvoir stratégique sur le marché.

# Pourquoi la transparence?

La transparence est devenue un mot à la mode dans le domaine de la technologie numérique, en raison de la domination croissante des entreprises de l'Internet dans la vie publique et, en parallèle de leurs apports, leur risque de porter atteinte aux droits de l'Homme. La transparence, tirée de l'utilisation du terme en relation avec le droit universel à la liberté d'information, a une double dimension. Elle couvre les dispositions relatives à l'accès aux informations et aux données, ainsi que celles relatives à la divulgation proactive.

De telles dispositions permettent aux acteurs externes de se faire une idée de l'impact qu'ont ces entreprises sur la capacité des personnes à s'exprimer, à protéger leur vie privée, à accéder au contenu journalistique, à reconnaître et à contrer les discours de haine et la désinformation, ainsi qu'à partager et échanger des connaissances. Bien souvent, le fonctionnement de ces entreprises (et le suivi de leur impact) est opaque et donc complexe à évaluer, rendant de ce fait difficile pour les personnes extérieures de répondre aux problèmes et aux opportunités du point de vue des droits de l'Homme et du développement durable, comme le droit à la santé, le droit à l'égalité (y compris l'égalité des genres) et le droit à la protection de l'environnement.

Dans la mesure où plusieurs des entreprises Internet ont le statut de méga-institutions, les externalités de leurs modèles d'entreprise et les opérations internes associées ont une grande importance pour la vie publique. Du point de vue des parties prenantes externes, on peut donc faire valoir avec conviction qu'il est nécessaire d'accroître la transparence si l'on veut que la société ait la certitude que les acteurs commerciaux ne placent pas le profit au détriment du respect des droits de l'Homme et des progrès en matière de développement durable. De nombreuses entreprises ont elles-mêmes déjà adopté différents niveaux dans le reporting de transparence, et certaines se sont engagées à accroître leur ouverture. Le principal débat n'est donc pas de savoir s'il doit y avoir de la transparence, mais doit plutôt porter sur des questions concernant la nature, le degré de la transparence, à qui s'adresse-t-elle, pour quelles raisons et quels résultats attendus.

La transparence est étroitement liée aux obligations juridiques et éthiques des entreprises en matière de respect des droits de l'Homme, telles qu'elles sont énoncées, par exemple, dans **les Principes directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux droits de l'Homme** (Principes de Ruggie) et **le Pacte Mondial des Nations Unies**. Les entreprises d'autres secteurs, tels que l'industrie pharmaceutique et l'automobile, sont soumises à des exigences réglementaires étendues dans l'intérêt du public, notamment en matière de transparence. De nombreuses entités commerciales pratiquent également des régimes volontaires d'ouverture conformes aux normes internationales. En principe, les entreprises de l'Internet, en tant qu'entités privées, ont au moins la même obligation sociale que les autres secteurs qui ont un impact sur le public. Pour les entreprises de plateformes, il existe des équilibres particuliers à trouver pour remplir les obligations en matière de droits de l'Homme. Un exemple est celui de l'équilibre entre l'ouverture et la transparence, et la protection de la vie privée. Un autre exemple est celui de l'équilibre à trouver pour que le droit de propriété et la protection du secret des affaires puissent néanmoins permettre au public de bénéficier d'un libre accès. Parvenir à ces équilibres nécessite une exploration et un recalibrage permanents.

La transparence est très importante pour l'UNESCO. En tant qu'agence spécialisée des Nations unies, l'UNESCO opère dans les cadres universels des droits de l'Homme, de l'Agenda 2030 pour le développement durable et des objectifs stratégiques décidés par ses 193 États membres. De manière générale, la transparence est reconnue comme nécessaire à la construction de sociétés pacifiques, justes et inclusives. L'objectif de développement durable 16.10 préconise un accès public à l'information et aux libertés fondamentales. Le droit à la liberté d'expression comprend le droit de rechercher et de recevoir des informations, et peut s'appliquer non seulement à la responsabilité des États, mais aussi à celle des acteurs privés exerçant des activités contractées à des fins d'intérêt public ou ayant un impact sur celles-ci.

L'idée de transparence fait également partie intégrante de l'accord des États membres de l'UNESCO sur le concept d'universalité d'Internet et du cadre des principes de Droits, d'Ouverture, d'Accessibilité à tous et de la gouvernance multipartites (DOAM). Sans transparence sur la manière dont les **Droits** de l'Homme sont conciliés en ligne, des abus et des violations peuvent se produire sans qu'on en ait connaissance ou qu'on puisse y remédier. Une écologie digitale qui n'est pas **Ouverte** à tous les entrants peut conduire à une domination occulte ainsi qu'à des flux et utilisations de données imprévus. Afin de garantir l'*Accessibilité*, la transparence est nécessaire en tant que facteur pour les politiques de tarification, et pour que le public soit en mesure de connaître l'environnement numérique, comme la fourniture de « services gratuits » qui dissimule la façon dont les informations propres de l'utilisateur sont monétisées mais également pour occulter les acteurs de la désinformation et les contre-mesures, etc. *Les questions de gouvernance Multipartite*, allant des décisions sur les valeurs jusqu'aux réglementations, dépendent du degré de transparence du processus et des participants (y compris les lobbyistes des entreprises).

En outre, la transparence est apparue dans les travaux de l'UNESCO pour élaborer un instrument normatif mondial sur l'éthique de l'IA. Proposée comme principe de référence **dans l'avant-projet de Recommandation sur l'éthique de l'intelligence artificielle**, la transparence est considérée comme étant « souvent une condition préalable essentielle pour garantir le respect, la protection et la promotion des droits humains fondamentaux et des principes éthiques » et « nécessaire pour que la législation nationale et internationale en matière de responsabilité fonctionne efficacement. ».

Une plus grande transparence des entreprises de l'Internet serait bénéfique pour les programmes de l'UNESCO en faveur de l'éducation, des sciences, de la culture, de la communication et de l'information. Par exemple, une meilleure compréhension concernant la manière dont les entreprises identifient et traitent les discours de haine en ligne pourrait renforcer le travail de l'UNESCO dans la promotion de l'éducation d'une citoyenneté mondiale, de l'éducation aux médias et à l'information, de l'inclusion et de la non-discrimination. La transparence relative aux rapports adressés aux entreprises par les professionnels des médias qui ont été victimes d'abus en ligne, et les mesures prises en réponse à ces rapports, renforceraient les efforts visant à améliorer la sécurité des journalistes. Grâce à une plus grande transparence sur les origines, l'étendue, les formats, les thèmes et le flux de la désinformation, l'UNESCO (et d'autres acteurs des Nations Unies) pourrait concevoir des stratégies fondées sur des preuves pour contrer ces contenus et anticiper les défis émergents bien à l'avance.

# Analyse des entreprises de l'Internet et de leurs impacts

La pandémie de la COVID-19 a montré à quel point l'économie numérique est devenue puissante. La vie sociale, politique et économique s'est considérablement déplacée en ligne, et de nombreux aspects de la société dépendent désormais des entreprises de l'Internet. Au fur et à mesure que l'importance publique et sociétale des entreprises de l'Internet devient plus évidente, les questions sur la façon dont un écosystème, dont nous dépendons tous, est rendu démocratiquement responsable sont devenues plus urgentes.

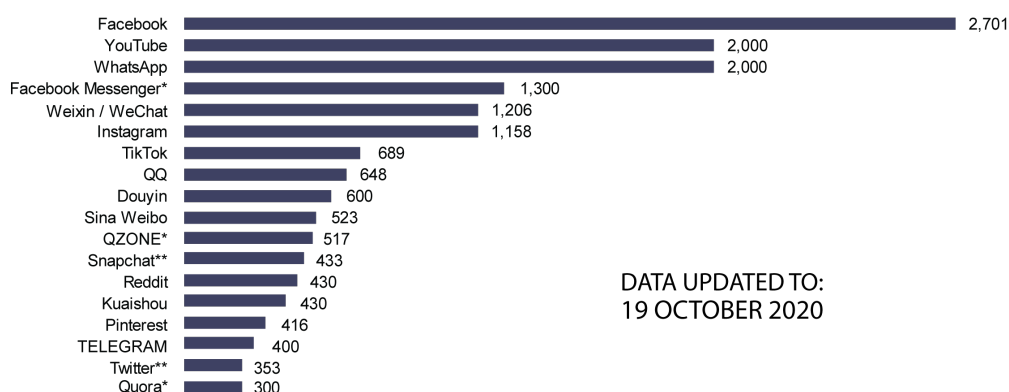
Lorsque le présent document fait référence aux "entreprises de plateformes", il désigne celles qui ont la possibilité de réunir deux groupes ou plus, par exemple, des utilisateurs et des utilisateurs, des utilisateurs et des publicitaires, des consommateurs et des producteurs, des producteurs et des fournisseurs, des électeurs et des candidats, ainsi que ceux qui ont des questions et ceux dont le contenu est considéré comme une réponse pertinente. Ces plateformes produisent à leur tour des effets de réseau, dans la mesure où plus il y a d'utilisateurs sur la plateforme, plus les autres sont attirés par cette plateforme et trouvent généralement leurs données accumulées enfermées dans des « jardins clos », même s'ils décident de la quitter. Les plateformes recueillent alors les données des utilisateurs, les analysent, produisent de nouveaux services ou produits qui renforcent l'utilisation et attirent d'autres utilisateurs, alimentant ainsi l'effet de réseau. Les données accumulées sont monétisées par des ventes, ou par la vente d'opportunités de marketing ciblé aux publicitaires. Ces effets de réseau facilitent l'émergence et la domination continue d'un petit nombre de méga-plateformes qui ont atteint une position de monopole sur le marché. En outre, un certain nombre d'entreprises plateformes modélisent leurs opérations en renforçant le contenu et les communications en fonction des habitudes passées des utilisateurs, de leurs profils particuliers et de leur appartenance à des groupes spécifiques, ce qui peut avoir un impact sur ce que les gens considèrent comme important, normal et légitime.

Les données sur la domination d'un petit nombre de plateformes sont frappantes. Quatre des six principales plateformes de réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, Instagram et Messenger) sont détenues par la même entreprise, ce qui implique également un pouvoir considérable concentré chez un seul individu.

Source: <https://blog.hootsuite.com/social-media-demographics/>

## THE WORLD'S MOST-USED SOCIAL PLATFORMS

BASED ON MONTHLY ACTIVE USERS, ACTIVE USER ACCOUNTS, OR ADDRESSABLE ADVERTISING AUDIENCES (IN MILLIONS)



DATA UPDATED TO:  
19 OCTOBER 2020

Les entreprises plateformes dominantes ont l'avantage de pouvoir évoluer très rapidement par rapport, par exemple, aux opérations traditionnelles de vente au détail ou de fabrication. Comme le soulignent des cas récents, la croissance est souvent obtenue aux dépens des concurrents, par des pratiques contestées allant du rachat d'entreprises, à la reproduction de caractéristiques innovantes, voire, dans certains cas, par des mesures juridiques nationales interdisant catégoriquement les concurrents étrangers. En même temps, c'est l'absence de contraintes réglementaires qui a accordé un potentiel sans restriction permettant la croissance fulgurante de ces géants de l'Internet. Cependant, cette absence de contraintes a souvent conduit à accorder peu d'attention et à allouer une faible part du budget à la surveillance des enjeux, à la création de garde-fous comme le contrôle indépendant, ou à commissionner des études d'impact sur les droits de l'Homme. L'échelle des réglementations est alors citée comme un obstacle inhérent à la résolution des problèmes, même si elle a été maîtrisée dans un certain nombre de domaines tels que le contrôle des droits d'auteur, le spam et les images d'abus d'enfants - où il y a effectivement eu une réglementation. D'autre part, les restrictions légales dans d'autres domaines relevant du contenu comportent plusieurs risques du point de vue de la liberté d'expression.

Des défis découlent de la logique des architectures des entreprises et du rôle des utilisateurs, ce qui ne signifie pas pour autant qu'il existe une symétrie de pouvoir ou d'obligation entre les deux parties. De nombreuses plateformes permettent aux utilisateurs de télécharger et de partager du contenu dans le cadre de conditions de service qui ne sont pas toujours appliquées de manière efficace ou universelle, et elles indexent et hiérarchisent également le contenu selon des modalités particulières liées à leurs modèles économiques. Dans certains cas, cela s'étend à l'utilisation externe du contenu, par exemple en limitant le scrapping (la récupération de données via un logiciel), voire en bloquant les relations entre chercheurs et utilisateurs.

Les plateformes fonctionnent avec moins de contrôle éditorial direct que les médias où le contenu est géré par des rédacteurs ou des éditeurs. En ligne, les utilisateurs ont davantage de possibilités de créer et d'éditer du contenu, mais cela n'est en aucun cas sans limites. Les utilisateurs peuvent penser qu'ils discutent entre eux, mais ils discutent également avec l'entreprise qui les héberge. Ceux qui pensent qu'ils ne font simplement que rechercher des données révèlent aussi beaucoup de leur personne. En bref, aucune plateforme n'est une tribune neutre en termes de contenu ou n'est indépendante des valeurs de l'entreprise, des motivations et des algorithmes relatifs à sa raison d'être et à son modèle de financement.

Comprendre cela signifie qu'il faut reconnaître les modèles de curation, qui influent à la fois sur la hiérarchisation des contenus et sur l'activité des utilisateurs (par exemple, si l'anonymat est autorisé, si des limites d'âge sont fixées et appliquées, si les bots informatiques sont autorisés, si l'activité automatisée est permise ou si des limites sont fixées pour le partage de contenu).

L'aspect automatisé de la curation fonctionne à un niveau systémique grâce, entre autres, à l'ordre du contenu présenté à chaque utilisateur, à la signalisation des sujets tendances, à l'auto-complétion des requêtes de recherche et aux recommandations de rejoindre ou de suivre des groupes et des individus. Il existe d'autres contrôles sur le contenu par des efforts de modération active, bien qu'une partie de la modération soit externalisée (comme les vérificateurs de faits) ou influencée par des parties reconnues comme des "signaleurs de confiance" ou la participation d'utilisateurs pour identifier et agir sur les problèmes apparents.

Au sein de tous ces paramètres, les services de plateforme ont permis à de nombreuses voix nouvelles et auparavant exclues de se faire entendre. Ils ont également facilité

le partage des connaissances par la recherche, ainsi que par le biais de plateformes de contenu comme Wikipédia. Cette possibilité a facilité la mobilisation des citoyens, comme nous l'avons vu dans de nombreuses manifestations qui ont eu lieu dans le monde entier depuis le printemps arabe. Les mouvements #metoo et #blacklivesmatter ont utilisé les plateformes de contenu pour se connecter les uns avec les autres, partager leurs expériences et s'organiser pour leurs droits.

D'un autre côté, ces mêmes possibilités technologiques ont également permis et encouragé des groupes terroristes et racistes à recruter et à s'organiser, ainsi qu'à une multitude de groupes d'intimider et de maltraiter en ligne ceux qu'ils considèrent comme leurs ennemis. L'anonymat, bien qu'il soit un avantage dans certaines circonstances, semble souvent permettre aux gens d'adopter des comportements antisociaux en ligne qu'ils n'oseraient pas afficher si leur identité était connue. Les groupes fermés peuvent être utilisés pour faire avancer les droits de l'Homme ou s'y opposer. L'environnement est également vulnérable à la manipulation par la création de fausses identités et la diffusion de la désinformation, qui est souvent financée et bien organisée, et qui est de plus en plus utilisée pour affecter les élections démocratiques dans le monde ainsi que pour attaquer les journalistes critiques et les acteurs de la société civile.

Pourtant, au lieu d'être agnostiques à l'égard de ces contenus - ce qui serait en soi une source d'inquiétude - de nombreuses plateformes, poussées par leur modèle économique d'accumulation des utilisateurs et de leurs données, ont pour fonction d'amplifier le problème. La relation « engagement-enragement » liée à ces modèles a donné de l'importance à ces contenus et aux groupes qui se livrent au racisme, à la haine et à des complots. Les contenus exprimés dans ces cas sont souvent aussi dirigés contre des personnes qui bénéficient de possibilités accrues offertes par l'expansion d'Internet de s'exprimer librement. Pour de nombreux utilisateurs, les plateformes de réseaux sociaux sont devenues des lieux extrêmement désagréables, notamment pour les femmes, les migrants et les minorités, entre autres.

Le contenu abusif largement répandu découle d'un mélange de curation par le biais d'algorithmes et d'architectures définis, combinés à l'insuffisance d'une modération active. Historiquement, les investisseurs en technologie et les dirigeants de nombreuses entreprises ont été plus préoccupés par la rapidité avec laquelle une plateforme acquiert des utilisateurs, que par les conséquences involontaires, telles que la propagation d'opinions violentes extrémistes et l'alimentation de contenus violant les droits des personnes ou les induisant en erreur sur des questions clés telles que la santé.

La célérité de la communication digitale a permis à la désinformation et à la mésinformation de se répandre rapidement et de manière virale, en exploitant les réseaux de confiance de la famille et des amis auxquels les utilisateurs se fient de plus en plus. Les réseaux sociaux des personnes que nous aimons et en qui nous avons confiance peuvent, peut-être trop facilement, devenir des "bulles" fermées qui excluent les autres points de vue ou informations, limitent le débat et les échanges démocratiques, exacerbent les divisions et renforcent la polarisation au sein de la société.

Dans le même temps, de nombreux utilisateurs de plateformes ne sont même pas conscients qu'ils sont classés dans des catégories particulières (également connues sous le nom de « Audiences similaires »), dont les données démographiques et psychographiques évolutives sont vendues pour permettre au plus offrant le microciblage des individus avec des messages particuliers, intégrant des visions du monde antipathiques aux droits de l'Homme et au développement durable. De nombreux utilisateurs ne sont pas non plus conscients des modèles obscurs qui poussent à des comportements particuliers au sein d'une plateforme. Des préoccupations particulières

ont été soulevées quant à la vulnérabilité des enfants en termes de collecte de données et de publicité ciblée.

Ces phénomènes peuvent avoir un impact négatif sur toute une série de droits. Le droit de s'exprimer peut faire l'objet d'attaques ; le droit à la vie privée peut faire l'objet d'un « outing » et d'une « divulgation des données personnelles », le droit à la sûreté et à la sécurité peut être mis en péril par des discours de haine. La dignité et la réputation peuvent en pâtir, de même que le droit à la participation politique et le droit à la santé publique. Le développement autonome de la personne humaine devient soumis à une manipulation subtile.

Dans ce contexte, de nouvelles menaces pour la démocratie sont apparues en ligne, car un barrage de faux contenus, parfois produits par des bots ou de fausses identités, peut amener les gens à perdre confiance dans le processus électoral, même si l'impact réel sur l'intégrité des systèmes de vote peut être minime. La publicité micro ciblée est également déployée pour tenter de réprimer le taux de participation électorale, en incitant une partie de l'électorat à ne pas voter, au profit du parti rival.

De nombreuses tentatives ont été faites pour envisager une manière de répondre aux préjudices réels ou potentiels identifiés ci-dessus, parfois avec une nouvelle réglementation qui concerne directement des pans entiers de contenu en ligne. Pourtant, comme l'indique le rapport de l'UNESCO/ Commission sur le large bande, intitulé **Trouver le juste milieu : lutter contre la désinformation digitale tout en respectant la liberté d'expression, (Balancing Act: Countering Digital Disinformation while respecting Freedom of Expression)** ces approches réglementaires comportent des risques importants. Les efforts juridiques visant à combattre les « Fake news » par exemple, ont souvent pour effet de restreindre de manière disproportionnée la liberté d'expression, souvent pour des raisons politiques.

## Transparence - l'état des lieux

Entre l'introduction d'une nouvelle réglementation du contenu, potentiellement intrusive, et une approche de laisser-faire total, une troisième voie est de plus en plus proposée : se concentrer davantage sur les questions de processus, plutôt que de contenu, et surtout se concentrer sur une plus grande transparence des processus utilisés par les entreprises plateformes. Dans de nombreux pays, un certain degré de transparence est exigé par la loi autour de la question de la propriété et du statut juridique des entreprises, même si des contrôles peuvent encore parfois être cachés. Dans d'autres cas, les entreprises doivent faire preuve de transparence quant à leur traitement du contenu ; par exemple, en Allemagne, les entreprises sont tenues de rendre compte des mesures prises pour contrer les discours de haine.

## Rapports sur la transparence de l'entreprise

Au-delà des exigences légales en matière de transparence, un nombre croissant d'entreprises se sont engagées dans des actions d'autorégulation, conjointement ou individuellement, par exemple en publiant

des rapports de transparence volontaires. Ces rapports (environ 70 en 2018, **selon Access Now**) contiennent des informations telles que le nombre de demandes gouvernementales reçues et auxquelles une réponse a été donnée sur une période donnée.

## Exemples de rapports de transparence des grandes entreprises de l'Internet :



**Twitter** a augmenté la quantité d'informations qu'il met à disposition dans son Centre de transparence pour inclure les demandes d'information, les demandes de suppression, les violations potentielles des droits d'auteur et des marques, ses règles d'application et des renseignements sur les opérations d'information soutenues par l'État et les tentatives de manipulation de la plate-forme. (Pour ne prendre qu'un exemple tiré de son rapport le plus récent, les systèmes automatisés de Twitter ont interrogé environ 4,5 millions de comptes qui discutaient de la COVID-19).



**Google** en est à sa 10e année de production de rapports de transparence, qui couvrent un large éventail de sujets allant de la sécurité (demandes d'informations sur les utilisateurs, sécurité Android, cryptage des e-mails), en passant par les suppressions de contenu sous différents régimes juridiques et les demandes gouvernementales d'accès aux données des utilisateurs, aux rapports thématiques spécifiques tels qu'un récent rapport sur la publicité politique dans sept régions et pays et les mesures pour lutter contre les abus sexuels sur les enfants en ligne.



**Le rapport d'application des règlement de la communauté de YouTube** contient des données de transparence qui montrent combien de chaînes ont été supprimées et pourquoi - plus de 2 millions de chaînes au dernier décompte, la raison principale (plus de 75%) étant qu'elles contenaient des renseignements faux ou trompeurs.



**TikTok** publie des informations sur sa modération de contenu, ses algorithmes et ses pratiques en matière de confidentialité et de sécurité. L'objectif de ces rapports de transparence est de montrer le volume et la nature du contenu supprimé pour violation des directives communautaires ou des conditions d'utilisation de TikTok, ainsi que la manière dont TikTok répond aux demandes d'information des forces de l'ordre, aux demandes gouvernementales de suppression de contenu et aux avis de retrait de contenu protégé par le droit d'auteur. La société a également annoncé la création de centres de transparence et de responsabilité à Los Angeles et à Washington.



Le rapport de transparence de **Facebook** traite des suppressions de contenu, des demandes gouvernementales de données sur les utilisateurs par pays, des questions de propriété intellectuelle, de sa réglementation communautaire mais également de l'ampleur des dysfonctionnements d'Internet (ces données sont extrêmement détaillées, couvrant la durée du dysfonctionnement et la région ainsi que le pays). Facebook fournit également un accès limité à certaines données à des acteurs externes accrédités, par le biais de sa filiale CrowdTangle. Le conseil de surveillance de Facebook, créé en 2020, s'est engagé à faire preuve de



**Snap** est un exemple d'une entreprise de l'Internet beaucoup plus petite qui publie néanmoins un rapport de transparence, enregistrant les demandes gouvernementales d'informations sur les comptes des Snapchatters et la quantité de contenu supprimé (dans le rapport le plus récent, Snap indique que plus de quatre milliards de Snaps ont été créés chaque jour en utilisant leur appareil photo. Du 1er janvier 2020 au 30 juin 2020, ils ont appliqué la loi contre 3 872 218 contenus dans le monde.)

Il ressort de ce qui précède qu'une quantité considérable d'informations sur les politiques des entreprises et les résultats obtenus est disponible dans le domaine public. Cependant, bien qu'il existe des zones de chevauchement, notamment en ce qui concerne les questions de retrait de contenu, chaque entreprise rend compte de diverses problématiques et de différentes manières, ce qui rend impossible toute comparaison simple. Les informations sur les pratiques réelles, non seulement de modération, mais surtout de curation, les approches de compromis entre les droits et le rôle des intérêts de l'entreprise, sont généralement moins disponibles.

Il se peut qu'aucun système de transparence ne permette des comparaisons ou des systèmes de notation, étant donné les différences de pratiques commerciales et d'ingénierie. Mais l'établissement d'un ensemble de principes de haut niveau de référence peut encourager les entreprises à établir des rapports sur les mêmes questions. En outre, s'il existait alors des moyens d'évaluation indépendants, cela pourrait permettre d'établir des comparaisons significatives.

À l'heure actuelle, les niveaux de transparence ne permettent généralement pas de vérifier les données présentées ; par conséquent, tout dépend en grande partie de ce que les entreprises choisissent de partager et de l'interprétation qu'elles en font, ce qui reflète largement la manière dont elles souhaitent orienter le débat.

Les préoccupations légitimes concernant la vie privée et l'utilisation abusive potentielle des données des utilisateurs sont souvent citées par les entreprises comme des raisons de faire preuve de prudence dans le partage des données, bien qu'il existe des systèmes qui cherchent à anonymiser efficacement les données et à les brouiller afin de protéger la vie privée des individus. Néanmoins, ce défi ne peut être évité, même s'il existe des implications légales en matière de protection de la vie privée et de sécurité des réseaux. Une difficulté supplémentaire apparaît quant à la transparence des applications de messagerie chiffrée de bout en bout, telles que WhatsApp et Telegram, ou des groupes fermés de Facebook. Cependant, les métadonnées sur les réseaux de communication et les comportements des utilisateurs sont un domaine où la transparence est encore possible.

La transparence n'est donc pas une affaire simple ou directe. À cela s'ajoute la quantité ahurissante de curation et modération du contenu par les plateformes chaque jour. Cela constitue un défi pour l'élaboration et la mise en oeuvre de toute politique de gestion du contenu, ainsi que pour l'évaluation de l'inévitable recours à des processus automatisés. Pourtant, ici aussi, un système de transparence permettant une évaluation indépendante des opérations de l'entreprise pourrait aider les utilisateurs à comprendre les effets que les processus multiscalaires ont sur les questions de liberté d'expression et de respect de la vie privée.

Comme indiqué ci-dessus, pour les petites entreprises, des exigences de transparence détaillées pourraient être onéreuses au point de les désavantager par rapport aux acteurs plus importants. C'est pourquoi il est important de faire la distinction entre les grandes entreprises de plateforme et les petites entreprises dans les exigences qui leur sont imposées. L'adoption de principes de haut niveau de références est un point de départ pour une approche appliquée plus nuancée de cette question.

# Principales initiatives internationales et de collaboration

En plus des rapports de transparence, des entreprises sont engagées avec d'autres acteurs dans une multitude d'initiatives qui pourraient permettre une meilleure transparence. Parmi de nombreux exemples, nous pouvons citer :

**Partnership on Artificial Intelligence to Benefit People and Society** : lancé en septembre 2016 par plusieurs grandes entreprises technologiques (Google, Facebook, Microsoft, Amazon et IBM), les membres comprennent des institutions académiques, des groupes de la société civile et des think tanks. Le partenariat promeut la transparence des modèles d'IA des "boîtes noires" en documentant les systèmes d'apprentissage automatique.

**Global Internet Forum to Counter Terrorism (GIFCT)** : un partenariat établi par Microsoft, Twitter, Facebook et YouTube pour accroître la coopération technique afin d'identifier les contenus terroristes et extrémistes violents. Il établit un groupe de travail sur la transparence, mais en décembre 2020, peu de progrès visibles avaient été réalisés.

**Partenariat mondial sur l'intelligence artificielle (PMAI)** : une initiative multipartite (au sein de laquelle l'UNESCO est observateur) qui soutient la recherche sur les activités d'intelligence artificielle et favorise la coopération internationale, en s'appuyant sur la Recommandation de l'OCDE sur l'intelligence artificielle. Cette initiative est pilotée par 18 gouvernements, dont 14 des 20 plus grandes économies du monde. Parmi ses projets, on peut citer une tentative de développement de mécanismes d'audit pour évaluer la responsabilité et la fiabilité des systèmes d'IA, sur la base de paramètres tels que la sécurité, la robustesse, la responsabilité, la transparence, l'équité, le respect des droits de l'Homme et la promotion de l'équité.

En 2020, à l'initiative des gouvernements dits « 5 eyes » (ou « 5 yeux »), composés des États-Unis, du Royaume-Uni, du Canada, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande, **les Principes Volontaires de lutte contre l'exploitation et la maltraitance des enfants en ligne** (*Voluntary Principles to Counter Online Child Exploitation and Abuse*) ont été adoptés par plusieurs entreprises de l'Internet. Le principe numéro 11 exige que les entreprises publient ou partagent des données et des informations pertinentes sur leurs efforts pour lutter contre l'exploitation et l'abus sexuels des enfants.

**Digital Trust & Safety Partnership**: lancé en mars 2021 par une série d'entreprises dont Discord, Facebook, Google, Microsoft, Pinterest, Reddit, Shopify, Twitter et Vimeo. Parmi ses objectifs, il s'agit d' « adopter des processus explicables pour la gouvernance des produits, y compris quelle est l'équipe responsable de la création des règles, et la manière dont les règles évoluent » et de « veiller à ce que des politiques de confiance et de sécurité pertinentes soient rendues publiques, et de rendre compte périodiquement au public et aux autres parties prenantes des mesures prises ».<sup>2</sup>

L'Organisation de coopération et de développement économiques, l'**OCDE**, supervise actuellement un processus d'élaboration d'un **Cadre relatif à l'établissement de rapports de transparence volontaires** portant spécifiquement sur les contenus terroristes et extrémistes violents. Toutefois, ce processus a été entravé par la difficulté de trouver un consensus, même sur cette question étroite. Les attentes divergentes des parties prenantes sont apparues comme un défi important.

D'autres initiatives méritant d'être soulignées, sont **les Principes de Santa Clara sur la transparence et la redevabilité dans la modération de contenu**, qui sont actuellement en cours de révision et de mise à jour. Ces principes se concentrent plus étroitement sur la

<sup>2</sup> Il y a également the Trust and Safety Professionals Association: <https://www.tspa.info/>

modération du contenu, mais **le processus de révision** - qui a impliqué une consultation avec des groupes de la société civile du Sud - a mis en évidence le besoin de plus de mesures et de détails sur des domaines tels que les algorithmes/l'intelligence artificielle et la publicité.

La **Global Network Initiative**, une coalition d'entreprises de l'Internet, d'organisations de défense des droits de l'Homme et d'universitaires, procède à des évaluations périodiques indépendantes des politiques de ses entreprises membres, y compris de leur degré de transparence, et en particulier en ce qui concerne les demandes gouvernementales relatives à leurs données.

La société civile joue également un rôle important dans le suivi, la recherche universitaire et les enquêtes journalistiques pour promouvoir la transparence.

Parmi les groupes de la société civile, **Ranking Digital Rights** analyse et compare les performances des grandes entreprises de l'Internet par rapport à une série de critères, principalement la protection de la liberté d'expression et de la vie privée. Il conclut globalement que si les entreprises sont plus ouvertes sur leurs politiques en matière de liberté d'expression et de respect de la vie privée, elles n'informent toujours pas les utilisateurs de la manière dont leurs informations sont collectées et partagées.

**L'Open Technology Institute de la New America Foundation** a créé un outil de suivi des rapports de transparence qui présente les paramètres et les catégories de contenu que Facebook, Instagram, Reddit, TikTok, Twitter et YouTube utilisent dans leurs rapports de transparence relatifs à l'application des règles de contenu.

**Access Now** a développé un indicateur de rapports de transparence, qui suit le nombre d'entreprises technologiques qui publient des rapports de transparence par entreprise. Il constate que le taux de croissance du nombre d'entreprises publiant des rapports de transparence dans le monde est en baisse.

**Le Forum sur l'information et la démocratie** a produit des recommandations relatives à la transparence des plateformes de réseaux sociaux. Une collaboration régionale entre des groupes de la société civile d'Amérique latine, sous la rubrique *Libertad de Expresión y Plataformas de Internet*, a produit une série de propositions comprenant plus de transparence afin d'accroître la responsabilité des sociétés d'Internet.

**Le Centre pour l'innovation dans la gouvernance internationale** dispose d'un groupe de travail sur la transparence au sein de son réseau de gouvernance des plateformes mondiales (*Global Platform Governance Network*), qui examine une série d'exigences en matière de transparence et d'accès. Des travaux ont également été réalisés sur la question par le **groupe de travail transatlantique de haut niveau sur la modération du contenu en ligne et la liberté d'expression** (*Transatlantic High Level Working Group on Content Moderation Online and Freedom of Expression*) du *Annenberg Public Policy Centre* de l'université de Pennsylvanie. Ce dernier fait valoir que la transparence est essentielle pour permettre une politique fondée sur des preuves, et il propose trois niveaux d'accès (le public, les chercheurs accrédités et les régulateurs de la transparence).

Il convient de noter que la plupart des idées avancées par les initiatives existantes sont, à ce stade, encore ambitieuses ou limitées, et sont poursuivies de manière isolée les unes des autres. Cela souligne la valeur potentielle que l'UNESCO pourrait avoir à convoquer et à encourager le développement d'une vision commune qui pourrait combiner les éléments les plus consensuels et de meilleure qualité de toutes ces approches. En développant une telle approche, l'UNESCO devrait logiquement prendre en compte son intérêt particulier, sa valeur ajoutée et son influence potentielle, y compris les types de partenariats ou d'alliances informelles appropriés au sein de la constellation des autres acteurs dans cet espace.

# Une approche de l'UNESCO:

## Exemples de principes de transparence de haut niveau qui pourraient améliorer la transparence des entreprises de plateformes

L'UNESCO a pour mandat de promouvoir la liberté d'expression, l'accès à l'information, le droit à la vie privée et le partage ouvert des connaissances. Ce mandat inclut la sécurité des journalistes ainsi que le développement des médias. Tous ces domaines pourraient être renforcés si les principes ci-dessous étaient développés et rendus opérationnels.

Ces principes de haut niveau pourraient s'appliquer de manière générale aux entreprises de l'Internet qui fournissent des services de recherche, de création, de découverte, de partage, de curation, de hiérarchisation, de monétisation, de communication et d'édition de contenu.

### Généralités:

1. Les entreprises doivent reconnaître explicitement qu'elles ont l'obligation de protéger les droits de l'Homme, et en particulier la liberté d'expression et l'accès à l'information, ainsi que la vie privée de leurs utilisateurs ;
2. Les entreprises devraient reconnaître la nécessité de divulguer proactivement des informations et de répondre aux demandes d'information ;
3. Les entreprises devraient être transparentes en ce qui concerne la propriété et le contrôle, y compris de leur(s) filiale(s) ;
4. Les entreprises doivent indiquer les types de données commercialement sensibles qu'elles ne souhaitent pas divulguer.

### Transparence du contenu et des processus:



5. Les entreprises doivent faire preuve de transparence quant aux conditions et aux normes qu'elles appliquent sur leurs propres plateformes, en définissant les limites de ce qu'elles considèrent comme un comportement acceptable, et la manière dont ces paramètres s'alignent sur le respect des normes internationales en matière de liberté d'expression ;
6. Les entreprises doivent être transparentes sur les processus qu'elles ont mis en place pour identifier, supprimer ou réduire l'impact de la désinformation et du discours de haine, y compris les mesures avant et après publication ; et comment ces processus respectent le libre échange des idées et des opinions ;

7. Les entreprises doivent divulguer le pourcentage de contenu retiré automatiquement et de manière proactive par rapport au pourcentage retiré à la suite de plaintes ;

8. Les entreprises devraient être transparentes sur les processus qu'elles ont mis en place pour identifier et agir contre les comportements inauthentiques et les fausses identités lorsque ceux-ci sont utilisés pour porter atteinte aux droits de l'Homme ;

9. Les entreprises devraient indiquer si leurs processus de suppression de contenu et d'interdiction de comportement sont périodiquement soumis à une évaluation par un tiers concernant le respect des droits de l'Homme, effectuée par une institution ou un organisme de surveillance externe indépendant et respecté ; et si ces évaluations doivent elles-mêmes être transparentes, ainsi que la réponse de l'entreprise à toute recommandation qui en découle.

## Due diligence et réparation:



10. Les entreprises devraient indiquer de manière transparente si elles disposent de processus permettant aux personnes de faire part de leurs préoccupations concernant des contenus, notamment ceux qui semblent violer les droits de l'Homme ou qui incitent à la violence, à l'hostilité ou à la discrimination, ainsi que les contenus inexacts ; elles devraient également être transparentes quant à la mise en oeuvre de ces processus en termes de nombre et de types de plaintes et de mesures prises ;

11. Les entreprises devraient indiquer de manière transparente si elles procèdent à des évaluations des risques pour leurs opérations, par exemple dans des contextes d'élections à venir ou dans des pays en conflit, en mettant en évidence toute menace potentielle grave pour la liberté d'expression, la vie privée et les autres droits de l'Homme, ainsi que leurs propositions pour atténuer ces menaces ;

12. Les entreprises devraient indiquer si elles disposent d'évaluations des risques de tout algorithme dont l'application peut avoir le potentiel de discriminer injustement des personnes, et s'il existe des propositions de mesures d'atténuation ;

13. Les entreprises devraient publier des lignes directrices sur la manière dont elles développeront des processus d'IA éthiques qui prennent des décisions conséquentes pouvant avoir un impact sur les droits de l'Homme.

## L'autonomisation:



14. Les entreprises doivent divulguer tous les efforts qu'elles déploient pour promouvoir les compétences en matière d'éducation aux médias et à l'information de ceux qui utilisent leurs services ;

15. Les entreprises doivent divulguer les termes et conditions des subventions accordées dans le cadre du soutien à la recherche, l'éducation et la défense des intérêts, ainsi que des activités de lobbying.

## Transparence et dimensions commerciales:



16. Les entreprises doivent fournir des informations sur les publicités politiques, y compris leurs auteurs et ceux qui paient pour les publicités, et doivent conserver ces publicités dans une bibliothèque en ligne accessible au public ;

17. Les entreprises doivent révéler les pratiques de publicité et de collecte de données concernant les droits de l'enfant ;

18. Les entreprises doivent permettre aux individus de savoir sur quelle base ils sont ciblés par la publicité.

## Collecte et utilisation des données personnelles:



19. Les entreprises doivent fournir des informations qui permettent aux personnes de comprendre de manière significative (c'est-à-dire concise, transparente, intelligible, raisonnablement complète et facilement accessible) quels types de données personnelles sont collectées et comment elles sont utilisées ;

20. Les entreprises doivent fournir les moyens pour l'utilisateur de vérifier l'exactitude de ses données personnelles détenues par le service, et indiquer comment les personnes peuvent demander des modifications ou une suppression conformément aux principes de protection de la vie privée et des données ;

21. Les entreprises doivent indiquer combien de demandes gouvernementales d'accès aux données personnelles ont été reçues et le statut juridique de ces demandes ;

22. Les entreprises doivent indiquer si et comment leurs processus de gestion de la confidentialité et de la protection des données sont soumis à l'évaluation d'une tierce partie par une institution externe indépendante respectée (ou un organisme de surveillance), selon une norme convenue qui respecte les droits de l'Homme ;

23. Les entreprises doivent divulguer l'utilisation qu'elles font des cookies de suivi, ou d'autres systèmes, qui recueillent des données sur les utilisateurs de leurs services et d'autres services sur Internet, et indiquer avec qui elles partagent ces données ;

24. Les entreprises doivent divulguer les violations de données et les mesures prises pour renforcer la sécurité des données.

## Accès aux données:



25. Les entreprises devraient, à l'instar de nombreux instituts statistiques publics, disposer d'une procédure permettant aux chercheurs d'accéder aux données à caractère personnel qu'elles détiennent, lorsque cela permet d'atteindre des objectifs d'intérêt public importants tels que le libre accès et la science ouverte, tout en garantissant la vie privée des utilisateurs grâce à l'ensemble des mesures nécessaires ;

26. Les entreprises devraient être transparentes quant à leurs accords avec des tiers qui permettent l'accès aux données personnelles qu'elles achètent, partagent, récoltent directement ou détiennent.

# Conclusion

Bien que les propositions de transparence soient habituellement présentées comme faisant partie d'une approche générale visant à rendre les entreprises de l'Internet plus responsables, adopter la transparence est également dans l'intérêt des entreprises elles-mêmes. De plus en plus soupçonnées et accusées d'être à l'origine de problèmes sociétaux, les entreprises voient de moins en moins la contribution positive qu'elles apportent à la liberté d'expression, à la diffusion des connaissances et au renforcement des communautés. Une transparence accrue et systématique peut aider à corriger les problèmes et à mettre en lumière les avantages.

En outre, les rapports de transparence permettent aux entreprises de démontrer qu'elles assument leur responsabilité sociale, au-delà de ce qui est requis par la loi. En ce sens, l'application par une entreprise d'un ensemble de principes mondiaux en matière de transparence pourrait constituer un avantage concurrentiel et permettre l'adoption de normes plus cohérentes au niveau international.

On peut noter que le terme "transparence" est fréquemment utilisé, mais rarement défini, ce qui peut poser des problèmes pour le développement des mises en pratique concrètes. Des questions compliquées se posent : comment définir un "élément" de données ? Comment compte-t-on une URL contenant des milliers d'images illégales ? L'adoption de règles de divulgation de la modération des contenus incitera-t-elle les entreprises à adopter des règles plus simples qui ne tiennent pas compte des nuances ? Que signifie la transparence pour les algorithmes d'IA qui évoluent en permanence sur la base de l'apprentissage automatique ? Comment équilibrer les avantages de la transparence et le risque que les acteurs qui violent les droits de l'Homme exploitent les informations pour intensifier leur activité ?

Dans ce contexte, oeuvrer pour la transparence en élaborant des principes de haut niveau peut permettre de fixer des objectifs de manière à éclairer les tentatives ultérieures d'élaboration d'indicateurs plus synthétiques. Les principes illustrés dans cette note thématique constituent une base pour la poursuite de travaux multipartites à tous les niveaux.

L'approche exposée ici s'appuie sur les initiatives existantes pour identifier les domaines où il existe un consensus plutôt que de partir de zéro. Il s'agit notamment de reconnaître les principes de la Déclaration historique de Windhoek, approuvée par les États membres de l'UNESCO en 1991, qui définit le rôle des États dans la garantie de la liberté d'expression, du pluralisme des médias et de leur indépendance. Dans cette déclaration, le rôle de l'État est à la fois de s'abstenir de limiter négativement les modes d'expression, et de prendre des mesures actives pour assurer le pluralisme en mettant fin aux monopoles. En ce qui concerne la réglementation de l'Internet, les États ont également le devoir de s'abstenir de certaines réglementations, mais aussi d'intervenir, le cas échéant, pour permettre à Internet d'être respectueux des droits de l'Homme, ouvert, accessible et géré de manière multipartite. La transparence est l'un de ces domaines.

Il ne faut pas non plus négliger l'importance des principes volontaires. Une approche consensuelle, telle que celle privilégiée par l'OCDE, peut également donner des résultats si les obstacles à la conclusion d'un accord peuvent être surmontés et si les entreprises relèvent le défi. C'est lorsque l'autoréglementation manque d'engagement réel et/ou de mécanismes institutionnels fonctionnels de responsabilité que les États sont contraints d'agir. Pour parvenir à la transparence, une combinaison de réglementations volontaires et statutaires peut s'avérer optimale, ces dernières fixant une norme minimale générale (nuancée en fonction de son applicabilité à la taille de l'entreprise).

L'approche recommandée consiste donc à se concentrer sur les principes de transparence de haut niveau qui répondent aux principales préoccupations politiques de l'UNESCO, notamment la liberté d'expression, la sécurité des journalistes, la viabilité des médias, la vie privée et la lutte contre les discours de haine et la désinformation. Dans un premier temps, l'objectif est d'obtenir un consensus entre les parties prenantes, y compris les grandes entreprises de l'Internet, en ce qui concerne ces objectifs généraux.

# Recommandations

**L'UNESCO** devrait promouvoir la discussion sur ces principes de haut niveau comme une première étape dans le développement d'une approche plus détaillée de la transparence. Sous réserve d'un examen ultérieur, cela pourrait impliquer la production d'un commentaire plus détaillé faisant référence aux normes et taxonomies existantes, puis le développement d'indicateurs permettant d'évaluer l'effectivité de la réponse des entreprises aux exigences de transparence et aux moyens de vérification. L'UNESCO devrait également porter ces idées à l'attention des décideurs politiques et des régulateurs du monde entier, et plaider en faveur d'une approche large et cohérente d'exigences réglementaires potentielles en matière de transparence et d'un alignement sur les normes internationales en matière de droits de l'Homme.

**Les entreprises** devraient discuter ces principes et s'engager à travailler avec l'UNESCO pour les développer davantage afin de parvenir à un cadre de transparence à tous les niveaux de l'industrie des plateformes.

**Les régulateurs** devraient réfléchir à ces principes comme base pour l'incorporation de dispositions relatives à la transparence dans de futures initiatives réglementaires, et comme un atout pour l'élaboration de politiques fondées sur des preuves concernant l'Internet et l'IA. Les régulateurs de contenu pourraient également s'engager dans un dialogue collaboratif avec d'autres régulateurs qui traitent avec les entreprises de l'Internet (comme la concurrence, la protection des données et la vie privée), afin de formuler des attentes convenues et cohérentes en matière de transparence.

**Les gouvernements**, lorsqu'ils se demandent s'ils doivent réglementer les entreprises de l'Internet ou comment le faire, devraient examiner comment les principes de transparence comme ceux proposés dans ce document peuvent contribuer à la réalisation des objectifs de politique publique en lieu et place d'une législation plus intrusive qui peut présenter des risques pour la liberté d'expression.

**La société civile** devrait encourager l'élaboration d'objectifs de transparence dans son plaidoyer pour une plus grande responsabilité des entreprises de l'Internet, et soulever ces questions auprès des régulateurs et des décideurs politiques nationaux.

**Les milieux** universitaires et la communauté scientifique devraient accorder une plus grande attention à la question de la transparence dans leurs priorités de recherche ainsi que dans le développement de l'architecture de l'Internet.



Avec le soutien du  
Programme multi-donateurs de l'UNESCO pour la  
liberté d'expression et la sécurité des journalistes

## À propos de ce rapport

Ce rapport s'inscrit dans le cadre de la série de l'UNESCO Tendances Mondiales de la Liberté d'Expression et de Développement des Médias. Il explique comment une plus grande transparence dans les opérations des entreprises de l'Internet permettrait de renforcer la liberté d'expression et de répondre à d'autres problématiques relevant des activités de l'UNESCO, et il décrit différents mécanismes et initiatives existants. Le rapport établit une sélection préliminaire de principes illustratifs de haut niveau, qui pourraient servir de base pour les discussions futures en vue d'un cadre de transparence pour guider les entreprises, les décideurs politiques et les régulateurs.

La police de caractères utilisée dans le titre est « Facts », une police spécialement développée pour la célébration 2020 de la Journée mondiale de la liberté de la presse. Téléchargez-la [ici](#).

Pour plus de ressources, visitez : Tendances Mondiales de la Liberté d'Expression et de Développement des Médias

## À propos de l'auteur

Andrew Puddephatt est expert en politique de l'Internet et se concentre sur l'intersection entre la politique de l'Internet et les droits de l'homme. Consultant de longue date auprès de l'UNESCO, il est Directeur fondateur de Global Partners & Associates Ltd, société à vocation sociale qui promeut la démocratie et les droits de l'homme en ligne. Il est Directeur fondateur d'Adapt, une société à vocation sociale qui aide les organisations à gérer les données de leurs utilisateurs de manière éthique. Il préside également l'Internet Watch Foundation, une organisation caritative basée au Royaume-Uni qui travaille avec l'industrie de l'Internet pour supprimer les images d'abus sexuels sur des enfants en ligne et International Media Support, une ONG basée au Danemark qui promeut les médias indépendants dans les zones de conflit. Il est Vice-Président de l'association philanthropique Sigrid Rausing Trust. Il a été nommé Officier de l'Ordre de l'Empire britannique (OBE) pour services rendus aux droits de l'homme.

Photo de couverture : Michael Traitov/Shutterstock.com

Conception graphique : Eyad Batshon

Publié en 2021 par l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France © UNESCO. Ce document est disponible en Open Access sous la licence Attribution ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO). En utilisant le contenu de cette publication, les utilisateurs acceptent d'être liés par les conditions d'utilisation de l'Open Access Repository de l'UNESCO. Les désignations employées et la présentation de documents tout au long de la présente publication n'impliquent aucune opinion de l'UNESCO concernant le statut juridique d'un pays, d'un territoire, d'une ville ou d'une région ou de ses autorités, ou concernant la délimitation de ses frontières ou de ses limites. Les idées et les opinions exprimées dans cette publication sont celles des auteurs ; ils ne sont pas nécessairement ceux de l'UNESCO et n'engagent pas l'Organisation.

