

Le rôle des données et des algorithmes dans l'accès aux contenus

Pour enrichir son regard et pousser plus avant ses analyses, le CSA s'est doté d'un comité de réflexion prospective réunissant experts du numérique et de l'audiovisuel. LeCSA *Laba* publié son premier rapport, sur "le rôle des données et des algorithmes dans l'accès aux contenus", destiné à anticiper les évolutions de l'économie et de la régulation audiovisuelle. La « mise en données » du monde n'épargne pas les médias. Les questions qui découlent de cette transformation sont d'autant plus prégnantes que les données liées à la consommation de contenus audiovisuels comportent une fonction identitaire très forte. Les algorithmes qui traitent ces données sont nombreux et variés : moteurs de recommandation, publicité programmatique, etc. Ils peuvent par exemple fonctionner sur une mise en correspondance (matching) ou être fondés sur une approche statistique ou sémantique. Leur influence demande ainsi à être appréhendée selon leur principe de construction et selon la finalité poursuivie. Une typologie des algorithmes utilisés dans le secteur audiovisuel est mise en regard des grands objectifs de politique publique d'un développement numérique durable : diversité culturelle, protection des consommateurs et confiance.