



COMPRENDRE LES RÉSEAUX SOCIAUX

Algorithmes,
dérives et
bons
réflexes

Connaissez-vous des réseaux sociaux ?

On commence par faire le tour de ce que vous connaissez déjà

Est-ce que vous en utilisez ? Desquels avez-vous entendu parler, même juste de nom ?

Qu'ont-ils tous en commun ?



Une définition simple

Un mot savant pour une idée que vous connaissez déjà

Un réseau social, c'est un site ou une application qui permet de relier des personnes pour échanger des informations. Des informations sur soi, ou sur des sujets qui nous intéressent.

Imaginez une place de village

La grande foire

Tout le monde s'y retrouve, et chacun peut y faire un peu ce qu'il veut. Vous pouvez afficher des photos sur un mur, raconter votre journée à voix haute, ou écouter ce que racontent les autres.

Vous pouvez réagir à leurs histoires d'un « j'aime » ou d'un commentaire, ou aller parler en privé à quelqu'un, à l'écart, comme dans une messagerie.

Et vous y croisez aussi des marchands et des camelots de foire, qui appellent fort pour attirer votre attention.



Quelques exemples

Chacun son truc

Tous les réseaux ne servent pas à la même chose. Quelques exemples, parmi beaucoup d'autres :

Réseau	A quoi ça sert	Pourquoi on l'utilise
Facebook	Créer un profil, publier photos ou textes, discuter	Rester en lien avec la famille et les amis
Instagram	Partager photos et vidéos, suivre des comptes	Montrer sa vie en images, suivre des artistes
TikTok	Regarder ou publier de courtes vidéos	Divertissement rapide, humour, danses
Youtube	Regarder des vidéos, s'abonner à des chaînes	Tutoriels, musique, documentaires, infos
X (Twitter)	Publier de courts messages publics	Suivre l'actualité, les opinions, des personnalités

Un mot à part : réseau social ou messagerie ?

La même chose mais pas pareil...

●
Sur un réseau social,
on publie d'abord
une information,
puis on la
commente. Sauf
réglage précis, tout
est public :
n'importe qui peut
voir le contenu, et on
s'adresse en général
à tout le monde.

●
Sur une messagerie,
on discute avec une
ou plusieurs
personnes qu'on a
choisies (amis,
famille, groupe). La
conversation reste
privée, du moins
dans une certaine
mesure.

●
On confond les deux
car la frontière est
devenue floue :
certaines
messageries ont
tellement grandi
qu'elles contiennent
aujourd'hui de vrais
petits réseaux
sociaux.

●
On trouve sur les
messageries des
groupes de
centaines de
personnes qui ne se
connaissent pas,
une fonction « statut
» ou « story »
comme sur les
réseaux, et de la
diffusion
d'informations à très
grande échelle.

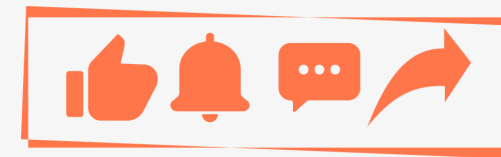
A quoi ça ressemble un réseau ?

Tous les mêmes...

Ils fonctionnent tous un peu de la même manière, seule l'apparence change.



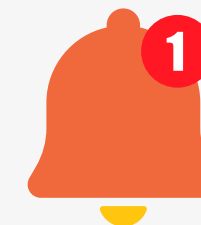
En arrivant, vous tombez sur le fil d'actualités, où défilent les publications des autres.



Sous chaque publication, peu importe la personne, on peut réagir et commenter.



Chacun possède un profil, l'endroit où l'on se présente et où vous pouvez publier un message, une photo, une vidéo...



Des notifications vous préviennent dès qu'il se passe quelque chose.

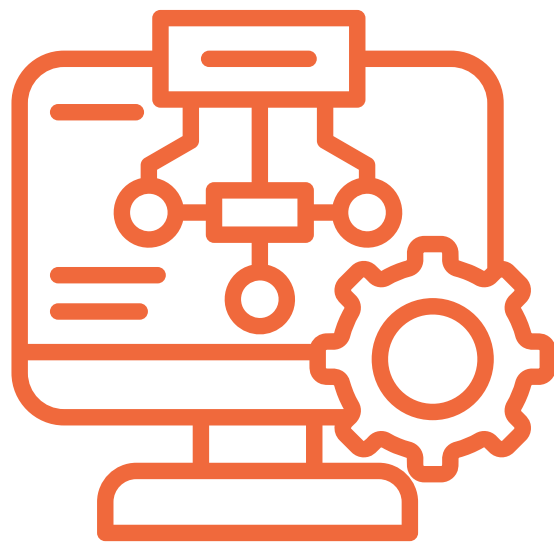
Qui choisit ce que vous voyez ?

Vous ne voyez pas tout et ce n'est pas un hasard

Reprenons l'image de la place de village et de ce grand mur où tout le monde met ses informations. Chaque jour, quelqu'un vous amène une sélection de ce mur. Il choisit quelle image et quelle info vous allez voir.

Ainsi quand vous ouvrez l'application, vous ne voyez pas tout, et surtout pas dans l'ordre où les choses ont été publiées. Quelque chose a trié pour vous, en coulisses.

Ce quelque chose porte un nom : **l'algorithme**. **Son objectif est de capter votre attention et de vous garder connecté le plus longtemps possible.**



UN ALGORITHME, C'EST QUOI ?

C'est une recette automatique : une suite d'instructions que la machine applique toute seule pour décider quoi vous montrer, et dans quel ordre.

Comment fonctionne l'algorithme

Pas un juge mais un comptable...



Il compte vos réactions peu importe leur nature

L'algorithme ne sait pas si un contenu est vrai ou faux, gentil ou méchant. Ça, il s'en moque complètement. Tout ce qu'il compte, ce sont vos réactions : les « j'aime », les commentaires, les partages, le temps que vous passez à regarder.



Il met en avant les contenus qui font réagir

L'algorithme "fait monter" dans le fil d'actualité ce qui fait réagir, et laisse redescendre tout le reste. Les utilisateurs voient en premier ces contenus forts.



Ce qui fait le plus réagir ce sont les émotions fortes

La colère, l'indignation et la peur font plus réagir que le calme. Un message qui énerve récolte plus de commentaires qu'un message paisible.

Les contenus agressifs, clivants et haineux sont mécaniquement poussés vers le haut.



Il vous montre ce qui vous fait réagir en boucle

Comme l'algorithme vous ressort surtout ce avec quoi vous avez déjà réagi, vous voyez de moins en moins d'avis différents des vôtres.

Petit à petit, vous vous retrouvez enfermé dans une bulle qui vous conforte, jusqu'à croire que tout le monde pense comme vous.

La haine en ligne, une conséquence de l'algorithme

C'est à moi que tu parles ?

● Le faux va plus vite que le vrai. Une fausse information sensationnelle fait souvent plus réagir qu'une information vraie mais tranquille. Elle circule donc plus vite et plus loin.

● On pousse au clash. Les réseaux aiment les réactions rapides et tranchées : pour ou contre, bien ou mal. Les messages courts et percutants sont récompensés. Les idées nuancées, qui demandent de prendre le temps, passent mal. Les débats se durcissent et chacun se braque.

● À cette mécanique s'ajoutent trois ingrédients qui aggravent tout : l'anonymat, qui désinhibe ; l'effet de meute, et l'écran, qui fait oublier qu'en face, il y a un être humain.

● La haine en ligne n'est pas « juste des mots ». En France, l'injure, la menace, la diffamation et l'appel à la haine sont des délits punis par la loi, y compris sur internet. Le fait d'être derrière un écran ne change rien.

● Répondre à un message haineux, même pour le contredire, c'est une réaction de plus, donc un coup de pouce pour le diffuser. Le meilleur réflexe est souvent de ne pas alimenter : ne pas répondre, ne pas partager, même quand on est indigné.

Si jamais ça arrive

A vous ou un proche

Face à la haine : bloquer et signaler

Vous pouvez bloquer la personne pour ne plus voir ses messages, et signaler le contenu directement sur le réseau grâce au bouton prévu (souvent trois petits points à côté du message).

Pour les contenus graves (racisme, menaces, appels à la haine), signalez aussi sur Pharos, la plateforme de la police, sur internet-signalement.gouv.fr.

Où trouver de l'aide

Le 3018 : numéro gratuit contre le harcèlement et les violences en ligne, par téléphone, tchat ou application.

Le 116 006 : aide gratuite à toute victime, pour être écouté et orienté.

Et vous pouvez toujours déposer plainte à la gendarmerie ou au commissariat. Pensez à garder des captures d'écran comme preuves.

Pourquoi cet algorithme ?

Il faut bien gagner sa vie...

On a vu que l'algorithme cherche à **vous garder le plus longtemps possible**. Mais pourquoi ? Qu'est-ce que les réseaux ont à y gagner ?

La réponse tient en un mot : **l'argent**. Vous ne payez pas, mais vous rapportez.

Les réseaux sociaux se financent grâce à la **publicité**. Des marques les payent pour glisser leurs pubs au milieu de votre fil d'actualité. Leur intérêt est donc simple : plus vous restez longtemps, plus vous voyez de publicités, plus ils gagnent d'argent.



Comment vous faire rester

Nous avons les moyens de vous faire parler... de vous !

Des pubs ciblées au mieux

Une publicité bien choisie rapporte plus qu'une publicité au hasard.

Pour cela, les réseaux collectent vos données personnelles : votre âge, votre sexe, vos centres d'intérêt, votre lieu de vie, votre entourage.

Mis bout à bout, ces renseignements dessinent un portrait de vous étonnamment précis, parfois plus que ne le feraient vos propres proches.

Un design trompeur qui vous retient

Pour vous faire rester, les réseaux utilisent des interfaces trompeuses, qu'on appelle des « dark patterns ». Des astuces de design qui vous poussent à faire ce que vous ne vouliez pas vraiment.

Un essai gratuit qui devient payant sans prévenir. Des notifications qui vous rappellent sans cesse. Un bouton pour se désabonner introuvable...

En mars 2026 aux USA le procès KGM v. Meta & YouTube opposait les plateformes à Kaley G.M., 20 ans, et dont les problèmes familiaux l'ont poussée très jeune sur ces réseaux. Elle a passé plus de 16h/jour en ligne avec le besoin d'être connectée en permanence. Les plateformes ont été condamnées à des dommages de 6 millions de dollars et accusées de négligence de conception. Des documents internes ont montré que Meta a fait des choix délibérés de design pour rendre le produit addictif au point de causer un préjudice réel vis-à-vis des jeunes utilisateurs.

Quand ces outils servent à manipuler...

Aie confiance...

Toutes ces données et cette viralité peuvent devenir des armes. Ces plateformes sont des entreprises privées, et ce sont elles qui décident seules qui a le droit de s'exprimer.

Cambridge Analytica, révélé en 2018 : les données de 87 millions de comptes Facebook, récupérées via un simple test d'apparence anodine, ont servi à envoyer des messages politiques ciblés.

Roumanie, fin 2024 : la justice a annulé une élection présidentielle, soupçonnant une campagne coordonnée et une ingérence étrangère passées par TikTok.

Après les violences au Capitole début 2021, les grands réseaux ont coupé le compte de Donald Trump. Puis ils l'ont rétabli fin 2022, l'année où Twitter a été racheté. Un choix d'entreprise privée aux conséquences politiques mondiales.

Lors de l'élection américaine de 2016, de faux comptes pilotés depuis la Russie se sont fait passer pour des citoyens pour diviser les électeurs.

Ils rendent aussi service

We are the world



Garder le lien

C'est leur raison d'être première : rapprocher les gens. Ils permettent de garder le contact avec la famille et les amis même éloignés. Ils font aussi se rencontrer des personnes qui partagent les mêmes passions et qui ne se seraient jamais croisées autrement.



Faire vivre le coin

Les réseaux permettent aux petits commerces de parler directement à leurs clients, sans avoir à payer un site internet. C'est une solution gratuite et efficace. Les mairies, les associations et les clubs s'en servent aussi pour annoncer leurs événements et garder le contact avec les habitants.



Partager sa créativité

Ils offrent à chacun, quel que soit son âge, un endroit pour montrer ce qu'il crée : dessins, musique, cuisine, bricolage, jardinage. Ils ont même fait naître de nouveaux métiers et de nouvelles formes d'expression, qui font la culture d'aujourd'hui.



Apprendre et transmettre

On y trouve des tutoriels gratuits sur à peu près tout, des chaînes qui expliquent l'histoire ou les sciences simplement, des conseils sur la santé, le droit ou le jardin. C'est un formidable outil pour apprendre à son rythme, et pour transmettre à son tour ce que l'on sait.

Un espace pour se faire entendre

Tous ensemble, tous ensemble

Les réseaux ont permis à des personnes isolées, ou qui se sentent différentes, de se retrouver entre elles, de s'entraider et de se soutenir.

On peut ainsi se sentir intégré à un groupe, appartenir à une communauté, même à distance.

Se faire entendre ensemble

En réunissant des gens qui partagent les mêmes valeurs, les réseaux ont permis à des mouvements citoyens de prendre de l'ampleur.

On peut penser au mouvement #MeToo, qui a mis en lumière les violences faites aux femmes, et à bien d'autres mobilisations parties de simples publications.

De nouvelles voix pour l'information

Autrefois, créer un journal coûtait très cher.

Aujourd'hui, de nouveaux médias indépendants peuvent se lancer à moindres frais, sans dépendre de grands financeurs.

Des citoyens ordinaires peuvent aussi témoigner de ce qu'ils vivent, parfois là où les journalistes ne peuvent pas aller.

La régulation est possible

La loi est dure mais c'est la loi

Les États peuvent imposer des règles aux réseaux.

En Europe, une loi appelée le DSA oblige depuis 2024 les grands réseaux à retirer les contenus illégaux, à expliquer comment fonctionnent leurs algorithmes et leur publicité, et à rendre des comptes. En cas de manquement, les amendes peuvent atteindre des milliards.

L'idée n'est pas de faire taire les gens, mais de poser des règles communes, comme il en existe partout ailleurs dans la vie publique.

Il existe d'autres réseaux

Des alternatives

Face aux géants, d'autres réseaux ont fait le choix inverse : pas de publicité, pas de revente de vos données, une modération souvent plus humaine. Ils sont portés par des associations ou des bénévoles.

Leur limite : comme ils sont encore peu connus, on y retrouve moins facilement ses proches.

Réseau	Ressemble à	Ce qui change
Mastodon	Twitter/X	Pas de pub, pas d'algorithme, les messages dans l'ordre
Bluesky	Twitter/X	Pas de pub, plus simple d'accès que Mastodon
Pixelfed	Instagram	Pas de pub, pas de pistage publicitaire
Peertube	Youtube	Hébergé par des serveurs indépendants, pas de pub
Mobilizon	Evénements Facebook	Pas de profil obligatoire

Un mot à part : et la messagerie ?

WhatsApp est-il indétrônable ?

Signal est une messagerie, comme WhatsApp, mais gérée par une association à but non lucratif. Elle ne vit pas de la publicité et ne revend pas vos données. Vos messages sont chiffrés : personne d'autre que votre correspondant ne peut les lire, pas même Signal.

C'est l'équivalent éthique de WhatsApp pour discuter en privé avec vos proches.

Et si je veux m'y mettre ?

Go, go, go !



Choisir son réseau

Posez-vous deux questions toutes simples : de quoi ai-je envie de parler, et qu'est-ce que je veux voir ? À qui ai-je envie de m'adresser, et qui ai-je envie de suivre ? Ensuite, testez : il suffit d'une adresse mail. Et si ça ne vous plaît pas, vous vous désinscrivez quand vous voulez. Rien n'est obligatoire.



Protéger son compte

Choisissez un bon mot de passe et notez-le soigneusement. Activez la double vérification si le réseau la propose. L'inscription est gratuite, mais certaines options sont payantes. Ne donnez jamais votre numéro de carte bancaire sans y avoir bien réfléchi.



Passer inaperçu

À l'inscription, donnez le moins d'informations personnelles possible : votre nom complet, votre adresse et votre âge ne regardent personne. Méfiez-vous des inconnus, n'acceptez pas n'importe qui, et réfléchissez avant de publier quelque chose sur vous.



Garder la tête froide

Devant une image ou une nouvelle choquante, prenez le temps : ne réagissez jamais à chaud. Avant de partager, posez-vous trois questions : d'où vient l'information ? Qui l'a écrite ? Est-ce que d'autres sources sérieuses la confirment ? Dans le doute, on ne partage pas.

Récapitulons...

Les 5 idées à retenir



Un réseau social est une place publique : on s'y montre comme en public.



L'algorithme ne juge ni le vrai ni le bien : il pousse ce qui fait réagir, la haine comprise.



Si c'est gratuit, c'est que vous êtes le produit : vos données et votre attention les font vivre.



Le meilleur comme le pire : à vous d'en garder la maîtrise, choisir, régler, se protéger.



D'autres alternatives sont possibles, n'hésitez pas à les explorer et les soutenir.

Les ressources

Si vous voulez aller plus loin

Une médiatrice numérique ou conseiller numérique près de chez vous, pour un accompagnement gratuit. Cherchez sur <https://cartographie.societenumerique.gouv.fr/>

internet-signalement.gouv.fr si vous assistez à de la haine en ligne ou une situation de harcèlement

cnil.fr : comprendre et reprendre la main sur vos données personnelles.

Avez-vous des questions ?



Sources : Organismes : CNIL (cnil.fr), Arcom (arcom.fr), Commission européenne (règlement DSA), Pharos (internet-signalement.gouv.fr), cybermalveillance.gouv.fr, Société numérique (cartographie.societenumerique.gouv.fr).

Faits cités : scandale Cambridge Analytica, révélé en 2018 (The Guardian, The New York Times) ; annulation de la présidentielle roumaine, décembre 2024 (Cour constitutionnelle de Roumanie) ; suspension puis rétablissement des comptes de D. Trump, 2021-2022, et rachat de Twitter devenu X, 2022 ; faux comptes lors de l'élection américaine de 2016 ; mars 2026 procès KGM v. Meta & YouTube