LA SÉRIE DE LA SEMAINE





Jeunesse et révolution numérique (2/6)

Les réseaux sociaux veulent votre attention, pas toujours votre bien

La majorité des jeunes est inscrite sur au moins un réseau social. Pour fonctionner, les plateformes ont besoin d'utilisateurs et d'interactions. Elles cherchent à capter l'attention des usagers, même si cela les fait passer un mauvais moment.

i vous êtes inscrit sur un réseau social, il vous est peut-être déjà arrivé de «perdre du temps» sur votre téléphone en faisant défiler le contenu du fil d'actualité. Et peut-être qu'au moment où vous décidez de ranger votre téléphone, vous tombez sur une publication dont le contenu vous dérange; vous vous sentez alors «obligé» de la commenter pour exprimer votre avis. À ce moment-là, vous venez de vivre un épisode typique de ce que les réseaux sociaux attendent de leurs utilisateurs: garder l'attention et faire réagir.

Ce phénomène, Adrian Holzer le connaît bien. Professeur à l'Institut du management de l'information à l'Université de Neuchâtel (Unine), il est spécialiste de la manière

dont les informations sont affichées et triées sur internet. Il décrypte les algorithmes, dont on entend parler de tous les

Partout et pour tous

Un algorithme, c'est avant tout «une suite d'instructions que l'ordinateur exécute», explique le professeur. Ils sont présents plus ou moins partout dans notre environnement numérique, car de nombreuses actions et fonctionnalités sont le fait d'algorithmes. «Même WhatsApp utilise un algorithme pour classer les messages par ordre chronologique, illustre Adrian Holzer. Toutefois, quand on parle d'algorithmes et de réseaux sociaux, on a en tête ce qu'on nomme les algorithmes de recommandation. Ils se divisent en deux catégories: il y a ceux qui vous recommandent teurs restent.»

dent ce que d'autres ont regardé», distingue Adrian Holzer.

Sur les réseaux sociaux comme Instagram, Facebook ou X (ex-Twitter), ces deux types d'algorithmes se mélangent pour personnaliser le fil d'actualité des utilisateurs.

Modèle d'affaires

«Pour qu'un réseau social fonctionne, il lui faut beaucoup de monde», explique le professeur. Les plateformes vont donc utiliser les algorithmes pour sélectionner les contenus susceptibles de plaire à chaque utilisateur pour qu'il reste le plus longtemps possible sur l'application. Leurs modèles d'affaires en dépendent: «Ils sont basés sur la publicité, les plateformes doivent montrer qu'elles ont de l'audience et que les utilisa-



L'important est d'avoir du contenu viral, même s'il n'est pas forcément positif, on partage plus facilement ce qui nous rend furieux.»

du contenu similaire à ce que vous avez regardé et ceux qui établissent un profil d'utilisateur et qui vous recomman- contenus, mais aussi qu'ils en

Les réseaux sociaux n'ont pas seulement besoin que les utilisateurs consomment les produisent. Et pour cela, les algorithmes sont susceptibles de sélectionner du contenu qui a pour but de faire réagir. «L'important est d'avoir du contenu viral, même s'il n'est pas forcément positif, on parnous rend furieux», commente Adrian Holzer.

Perte de bien-être

Ce contenu viral fait réagir les utilisateurs et les maintient plus longtemps sur les plateformes. Néanmoins, cela en-

tre en contradiction avec l'autre but des algorithmes, celui de recommander du contenu qui plaît. Pour le spécialiste de l'Unine, les deux aspects des algorithmes servent toujours le même objectif: «Les platetage plus facilement ce qui formes veulent vous faire rester et vous faire générer du contenu, même si cela ne vous fait pas vous sentir bien.»

L'espace numérique sur lequel de nombreux adolescents passent du temps peut faire du tort, en voulant garder les utilisateurs à tout prix.

La construction de l'espace numérique amplifie également un autre phénomène, celui de la comparaison sociale. «C'est inhérent aux réseaux sociaux, on voit tout ce que les autres publient et on essaie tous de montrer les choses de la manière la plus positive possible», commente Adrian Hol-**VALENTINE CURVAIA**

DEMAIN: l'évolution de l'éducation numérique à l'école

Estime de soi mise à mal par les réseaux sociaux

es réseaux sociaux peuvent avoir un réel impact sur l'estime de soi. Psychologue neuchâtelois, Thomas Noyer s'est récemment exprimé à ce sujet dans une chronique pour ArcInfo. Il revient pour Le Quotidien Jurassien sur les impacts négatifs des réseaux sociaux sur

Un des problèmes principaux est que «l'on ne montre que l'extraordinaire. Personne ne se montre dans une situation désavantageuse», indique-t-il. De ce fait, les adolescents voient uniquement ou presque des images parfaites, souvent avec des filtres pour améliorer la peau, voire carrément «photoshopées».

Il existe tout de même un certain nombre de comptes et de personnalités qui mettent en avant les imperfections de la vie et qui rappellent justement que la plupart des photos sont inauthentiques. Le psychologue voit d'un bon œil «ces initiatives réparatrices. Mais c'est tout le système qui est dysfonctionnel, car il est conçu autour de la compétition et la comparaison», rappelle-t-il.

Les jeunes qui postent eux-mêmes des photos sur des réseaux sociaux comme Instagram peuvent vivre des petites choses qui peuvent avoir un impact très concret sur l'estime de soi. Si les photos partagées récoltent habituellement «25 j'aime», il suffit qu'une seule photo n'en récolte pas autant pour se sentir affecté.

De manière générale, Thomas Noyer regrette la perte d'authenticité induite par les réseaux sociaux: «Tout est réfléchi, rien n'est spontané. On nous vend de la connexion, les réseaux poussent à se focaliser sur l'extérieur, alors que le bien-être provient d'une focalisation sur le vécu intérieur.»

