

# Facebook et Instagram

Source  
Le Temps  
Anouch  
Seydtaghia  
7 juillet 2019

## 1. Ce que révèle la panne survenue chez Facebook et Instagram

*La panne qui a touché la semaine passée plusieurs services de messagerie appartenant au réseau social a notamment mis en lumière son système perfectionné de reconnaissance d'image.*

C'est une panne massive qui a affecté mercredi passé les utilisateurs de WhatsApp, Instagram et Facebook. Durant environ douze heures, les utilisateurs de ces réseaux sociaux – qui appartiennent tous au groupe Facebook – ont été incapables de publier et d'envoyer des photos et des vidéos. Cette panne de grande ampleur a un mérite : celui de montrer comment Facebook identifie et classe toutes les photos que les utilisateurs envoient à leurs amis ou mettent en ligne.

Car comme l'ont remarqué de nombreux utilisateurs, certaines des photos, qui n'ont pu s'afficher correctement, ont été remplacées par du texte. Ou, plus précisément, par des mots-clés décrivant ce qui devait s'afficher sur la photo. Ils ont ainsi pu lire, à la place du cliché : « 9 personnes, personnes qui sourient, personnes assises, foule et plein air. » Ou encore : « Ciel, gratte-ciel, arbre, pont, plein air et nature. L'image peut contenir : ciel, nuage cheval et plein air. » Le système est aussi capable de compter les personnes présentes sur le cliché : « 22 personnes, personnes qui sourient. » L'intelligence artificielle de Facebook peut aussi dire quelles sont les activités des personnes, qui marchent ou qui dansent, par exemple.

### Des algorithmes sophistiqués

La panne de Facebook a ainsi levé un petit coin de voile sur la manière dont Facebook « voit » nos photos, comment ses algorithmes traduisent des images en texte. Depuis 2016, le réseau social utilise de tels outils pour décrire des images à des internautes malvoyants. Mais l'on sait, depuis 2017 en tout cas, que Facebook est capable d'identifier une masse importante d'informations sur une photo. Cette année-là, l'entreprise expliquait qu'elle était capable de notifier à ses utilisateurs qu'une photo d'eux était mise en ligne par une tierce personne. Et sans que cette tierce personne ne « tague » l'image avec le nom de la personne s'y trouvant.

Facebook sait ainsi énormément de choses sur les photos mises en ligne. Lors de la panne intervenue la semaine passée, des noms d'utilisateurs ont ainsi été affichés à la place des photos, ce qui a choqué certains internautes. Ils se demandent de quelle façon ces informations sont communiquées ou non à des annonceurs, et si ces données sont, pour tout ou partie, anonymisées. Contacté par plusieurs médias spécialisés à ce sujet, Facebook n'a pas répondu. À noter qu'en Europe les réseaux sociaux n'ont pas le droit d'utiliser des technologies de reconnaissance faciale.

### Fonctions avancées sur smartphone

À noter qu'il est toujours possible, même si la panne est résolue depuis plusieurs jours, d'accéder aux informations texte d'une image. Il suffit pour cela d'effectuer un clic droit sur une photo et d'utiliser la fonction « inspecter ». Il faut ensuite chercher dans le code source affiché par le

navigateur web les tags de la photo.

Ce qu'a révélé la panne de Facebook est une surprise pour certains internautes. Mais pas pour ceux qui utilisent par exemple la recherche au sein de leur smartphone. En effet, que ce soit sur iPhone ou sur un téléphone Android, on constate aujourd'hui qu'Apple et Google sont très avancés en matière de reconnaissance d'objets ou de personnes dans une image. On peut ainsi effectuer des recherches composées de plusieurs mots, par exemple « Lausanne », « voiture » et « arbre » pour voir s'afficher ses propres clichés contenant ces trois éléments. Il est aussi possible de rechercher des personnes préalablement nommées par l'utilisateur. À noter que dans le cas de recherche de photos sur smartphone, les informations et les tags ne sont disponibles qu'en local : il est impossible, assurent Google et Apple, que ces données soient utilisées par des tierces personnes.

### Convergence technique

Un dernier élément est mis en lumière par la panne de Facebook : l'imbrication de plus en plus importante entre le réseau social lui-même, WhatsApp et Instagram. La panne a affecté les trois services en même temps, signe que la volonté de l'entreprise de les migrer sur la même plateforme technique est bien avancée. Au total, l'empire Facebook revendique 2,7 milliards d'utilisateurs actifs mensuels sur l'ensemble de ses plateformes.

Source  
Slate.fr  
Léa Marie  
8 novembre 2017

## 2. L'effrayant système de Facebook pour déterminer les « personnes que vous connaissez peut-être »

Le système de suggestions de contacts sur Facebook est bien mystérieux, pour ne pas dire carrément flippant. La section « *Vous connaissez peut-être* » (ou « *People you may know* » en anglais) vous propose en effet une liste de personnes que vous pourriez avoir rencontrées et souhaiteriez donc ajouter à votre réseau. Pour déterminer les profils qui apparaîtront dans cette fameuse section, le réseau social utilise un algorithme ultra-pointu qui fait l'objet de nombreux fantasmes.

Si vous utilisez fréquemment Facebook, il vous est sûrement arrivé de voir, dans vos recommandations de connaissances, une personne totalement improbable. Une lointaine cousine avec laquelle vous n'avez eu aucun contact ces 15 dernières années, un ancien camarade de primaire, un bel inconnu rencontré à une soirée ou encore un match Tinder auquel vous n'avez pas donné votre numéro de téléphone.

Si certaines de ces suggestions ravissent les internautes — nombre ont par exemple découvert avec joie l'existence de membres de leurs familles vivant à l'autre bout du monde —, d'autres dénoncent une fonctionnalité embarrassante et intrusive. De quoi attiser les rumeurs les plus folles sur la façon dont la firme de Mark Zuckerberg accède à nos données privées.

### En théorie, des explications rationnelles

Officiellement, Facebook se base strictement sur les informations que vous lui fournissez vous-même pour sélectionner les membres qu'il vous suggérera d'ajouter. La principale ? Votre réseau. Ainsi, si vous indiquez votre lieu de travail, vous retrouverez très probablement vos collègues ayant également intégré ce réseau dans la section « *Vous connaissez peut-être* ».

Autre facteur déterminant : les contacts en commun. Si une personne est amie avec bon nombre de vos proches, Facebook supposera que vous la connaissez également. Le cas typique ? Vos camarades de classe, dont la plupart est en contact sur Facebook. Les personnes taguées sur des photos où vous apparaissez risquent fort de finir à leur tour dans vos suggestions.

Plus subtil encore : si vous recherchez quelqu'un sans pour autant lui envoyer d'invitation, Facebook mémorisera l'information et fera apparaître son profil dans la liste de vos recommandations — au cas où vous changeriez d'avis et finiriez par l'ajouter. Selon certaines rumeurs, l'inverse s'applique également : les personnes qui ont tapé votre nom dans la barre de recherche figureront aussi dans vos suggestions.

Enfin, si vous utilisez Facebook sur votre mobile et avez autorisé l'application à accéder à vos contacts (numéros de téléphone et emails), elle vous proposera d'ajouter ceux avec lesquels vous n'êtes pas encore connecté.



### Un sombre système d'espionnage ?

Sur les forums, les internautes débattent et spéculent sur les informations auxquelles Facebook a accès pour pousser ses membres à élargir sans cesse leur réseau. Tout le monde y va de sa folle anecdote.

Comme le rapporte la journaliste Kashmir Hill sur le site Gizmodo, un homme ayant fait un don (anonyme) de sperme afin d'aider un couple infertile à avoir un enfant a vu ce même enfant apparaître des années plus tard dans ses suggestions Facebook. Sans qu'il ne soit pour autant ami avec ses parents.

Dans le même registre, une femme dont le père avait quitté sa famille pour sa maîtresse lorsqu'elle n'avait que 6 ans a découvert cette dernière dans ses recommandations, 40 ans plus tard.

Des cas *a priori* inexplicables... À moins de connaître l'existence de cet étrange « compte de l'ombre » associé à notre compte officiel.

### Un « profil fantôme »

Le terme est loin d'être rassurant. Comme l'explique un article de L'Obs, « *il existerait un "profil fantôme" de chacun d'entre nous, pré-rempli et automatiquement activé dès notre inscription* ».

Une théorie qui corroborerait le témoignage d'un utilisateur du réseau social Reddit, qui raconte avoir créé un faux compte Facebook anonyme avec une adresse mail jamais utilisée pour ouvrir un compte Facebook et a pourtant vu plusieurs de ses connaissances (dans la vraie vie) atterrir dans ses suggestions.

La journaliste Kashmir Hill l'affirme avec certitude :

« *Derrière le profil Facebook que vous avez vous-même créé se cache un second compte basé sur les messages privés (inbox) et les smartphones d'autres utilisateurs.* »

Résultat ? Des informations que vous n'avez jamais divulguées à Facebook sont tout de même associées à votre compte et aident ce dernier à compléter votre « *map de connections sociales* ». Le tout, grâce à un obscur algorithme visiblement très performant.

De son côté, Facebook reste évasif sur ces soupçons et ne confirme ni n'infirme la véracité de ce postulat. Un porte-parole de l'entreprise aurait toutefois insisté, d'après Gizmodo, sur le fait que les histoires invraisemblables citées plus haut auraient en fait des explications logiques. Un réseau plus large (ville, entre autres) pourrait notamment être à l'origine de cette hasardeuse mise en relation. Sans surprise, Facebook évite soigneusement d'utiliser le terme de « profil fantôme », estimant que cette expression ne reflète pas la réalité de ses techniques de listing.

Dans tous les cas, Facebook conseille à ses membres de faire attention aux informations insérées dans leur téléphone. Car à partir du moment où vous acceptez les conditions d'utilisation du réseau social, vous donnez officiellement l'autorisation à ce dernier d'exploiter les données personnelles qui lui sont accessibles.

#### Sources

neonmag.fr  
Lily Jaillard  
15 mai 2019

afp

### 3. « Mort ou vie ? » : une ado se suicide après un sondage Instagram en Malaisie

Si les réseaux sociaux peuvent avoir un impact sur les troubles alimentaires ou l'estime de soi, ils peuvent avoir des conséquences bien pires, du moment qu'on décide de les suivre coûte que coûte. Ainsi, une jeune malaisienne de 16 ans s'est donnée la mort lundi 13 mai après un sondage Instagram. Dans sa story, elle avait demandé « C'est super important ! Aidez-moi à choisir, Mort ou Vie ? », rapporte The Guardian. À 69 %, les followers ont voté « mort ». Et l'adolescente s'est suicidée.

Un avocat s'est penché sur ce cas et propose de poursuivre toutes les personnes ayant votées pour « Mort » pour incitation au suicide. Le ministre de la Jeunesse et des Sports, Syed Saddiq Syed Abdul Rahman, souhaite que cette tragédie soit un déclic pour aborder le sujet de la santé mentale au niveau national.

Chez Instagram, filiale de Facebook, la responsable de la communication pour l'Asie-Pacifique, Ching Yee Wong, a transmis ses condoléances à la famille. Elle a reconnu que le réseau avait « l'importante responsabilité de s'assurer que les gens qui utilisent Instagram se sentent en sécurité et soutenus ». Elle a aussi appelé les abonnés « à utiliser les outils de signalement et à contacter les services d'urgence s'ils voient que la sécurité de quelqu'un est en danger ».

Cette affaire rappelle la polémique suscitée par la mort de Molly Russell, une jeune Britannique

de 14 ans qui s'est suicidée en 2017 après avoir visionné sur Instagram des contenus liés à l'automutilation et au suicide. Le drame avait suscité un vaste débat sur l'usage des réseaux sociaux par les enfants et sur la régulation des contenus.

En février, Instagram, qui interdisait déjà toute publication encourageant ou promouvant suicide ou automutilation, a décidé d'interdire les photos montrant des blessures infligées à soi-même.

#### **Les réseaux sociaux sont-ils dangereux ?**

Ce n'est pas le premier cas de suicide lié à un réseau social. En 2016, une jeune fille avait filmé sa mort sur Périoscope. Alors que depuis plusieurs décennies les cas de dépressions et de suicide des 13/18 ans baissent, une étude montre que depuis 2010, le taux est reparti à la hausse : le taux de suicide a augmenté de 65 % entre 2010 et 2015. Les jeunes filles sont les plus touchées. L'étude démontre un lien clair entre la surconsommation d'écran et les symptômes suicidaires des adolescent·e·s. Ainsi, les scientifiques ont moins observé ces symptômes quand l'adolescent·e passait une heure sur les écrans, alors qu'ils étaient beaucoup plus visibles chez celles et ceux qui passaient plus de 5 heures dessus.

Source  
*The Conversation*  
Divina Frau-Meigs  
20 mai 2021

## **4. Le Conseil de surveillance de Facebook : l'arroseur arrosé**

La récente décision du Conseil de surveillance (Oversight Board) de Facebook a pu surprendre : le Conseil a estimé que le réseau social avait eu raison de suspendre indéfiniment le compte de Donald Trump, mais il lui a également demandé de revoir sa copie en matière de sanctions et de délais car ses règles d'usage sont trop floues à ce sujet. Cela doit être fait dans les six mois. Le Conseil a procédé ensuite à une série de recommandations, comme une meilleure modération, des critères plus clairs concernant les contenus à risque, etc. Il demande que la pénalité soit proportionnelle à la gravité de la transgression et tienne compte des risques futurs (« prospect of future harm »).

En première analyse, cette décision entérine le fait que Facebook n'est pas un média mais un hébergeur, et ne remet pas en cause la section 230 du Telecommunications Act de 1996. Elle ratifie également que Facebook est bien une entreprise privée, qui ne peut tomber sous le coup du Premier Amendement. Toute Cour de justice américaine aurait pu prendre une décision similaire.

Mais cette décision, qui semble renvoyer Facebook à ses devoirs, montre l'action d'une instance nouvelle qui légitime ainsi sa création (et son financement, à hauteur de 130 millions de dollars) par Facebook : cette démonstration d'indépendance et d'objectivité vise à démontrer que la création du Conseil de surveillance ne relève pas d'une simple opération de relations publiques.

L'Oversight Board a agi de façon stratégique dans cette affaire très symbolique. Il botte en touche et renvoie la balle dans le camp de Facebook. Ce faisant, il fait preuve d'une certaine ingénuité, mais spécieuse, en demandant à Facebook (son créateur) de préciser ses règles d'usage, car celles-ci autorisent déjà Facebook à supprimer des comptes de manière irrévocable et non ambiguë. Les sanctions prévues en cas de manquement indiquent bien que le média social se réserve le droit, le cas échéant, de « supprimer le contenu illicite, imposer une période de suspension limitée dans le temps ou désactiver définitivement la page et le compte ».

Par cette demi-rebuffade, le Conseil de surveillance donne à Facebook une manière de s'en sortir en lui laissant revoir les termes du contrat, qui aux États-Unis incluent toujours les conditions du divorce ou de la séparation, avec dommages et intérêts au besoin. Dans ses recommandations, non contraignantes, le Conseil met la pression sur les usagers plus encore que sur Facebook : pour se faire réintégrer, il faut qu'ils reconnaissent leurs torts et qu'ils appliquent les règles de la communauté (« users who seek reinstatement after suspension recognize their wrongdoing and commit to observing the rules in the future »). Dans le cas de Trump, une telle condition est inacceptable : il ne peut revenir sur son discours complotiste et clivant selon lequel l'élection lui a été volée.

### **L'importance des ambitions politiques futures de Donald Trump**

Donald Trump, il l'a fait savoir haut et fort, n'exclut pas de se présenter de nouveau à la présidentielle en 2024. Cette ambition politique constitue l'un des enjeux clés de la controverse actuelle, outre celui de l'autorégulation des médias. L'ex-président a longtemps bénéficié de la « newsworthiness allowance », à savoir d'une tolérance à ses incartades du fait de son statut officiel d'homme politique prééminent, faisant et défaisant l'actualité, et maintenant contre toute évidence son récit de l'élection volée.

À présent qu'il n'est plus un dirigeant politique prééminent, il redevient un usager lambda, qui se doit d'obéir aux règles de la communauté. Facebook en invoque deux ostensiblement : le réseau proscrit les « dangerous individuals and organisations » et les discours violents. Surtout, l'entreprise menace ses usagers de poursuites judiciaires s'ils la mettent en danger de telles poursuites (« if you create risk or legal exposure for us »). Elle se protège ainsi de toute responsabilité qui pourrait lui être imputée pour les graves événements survenus au Capitole le 6 janvier 2021. Et ce, pour ne pas se voir accusé d'y avoir contribué, même comme complice indirect, ce qui pourrait lui valoir de s'exposer à des poursuites de la part de toute entité qui se saisirait de la question, y compris Joe Biden ou Nancy Pelosi, les premières victimes potentielles de ce coup d'État manqué.

Le Conseil donne à Facebook toute latitude pour évaluer la perspective de « risque futur » (prospect of future harm), avant une éventuelle réinstallation du compte de Trump. Ces conditions de retour sont donc contraignantes pour l'utilisateur récalcitrant plus que pour Facebook. Elles vont faire jurisprudence même si les préconisations du Conseil de surveillance ne semblent s'appliquer qu'à Facebook. Les autres réseaux sociaux vont sans doute se sentir légitimés ou vont s'aligner à l'avenir sur cet effet Facebook, qui est l'un des grands configurateurs du champ (rappelons qu'il possède aussi Instagram et Snapchat).

Cette décision de Facebook, telle qu'entérinée implicitement par le Conseil, peut être vue comme une stratégie dictée par le contexte actuel. C'est une forme de concession aux Démocrates, sous des dehors de neutralité. Ils sont au pouvoir, ils préparent toute une batterie de lois, entre fin de monopole et loi antitrust, démantèlement et imposition forte... Les amadouer peut être utile alors que le statut de Facebook en tant qu'hébergeur est remis en cause, que ses acquisitions antérieures vont être passées au crible des lois antitrust et que des impôts directs sur les sociétés se profilent à l'horizon.

### **Censure ou pas censure ?**

Cette décision risque d'avoir un effet de dissuasion ou de gel de l'expression pour d'autres personnalités politiques, aux États-Unis et au-delà. Certains ont exprimé des inquiétudes par rapport à ce pouvoir unilatéral des plates-formes à décider de leur parole publique, d'Angela Merkel à Jair Bolsonaro.

Mais le Conseil de surveillance a pris la précaution de faire référence à l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'homme et à l'Observation générale n°34 de l'ONU qui précise que des limites nécessaires et proportionnées peuvent être appliquées à la liberté d'expression quand la sécurité publique est en jeu et met la nation en péril. Dans le cas de l'insurrection au Capitole, l'atteinte à la sécurité publique est avérée et patente... retransmise en direct sur Facebook et Instagram !

En outre, dans le contexte américain, il n'y a pas réellement de censure dans la mesure où il n'y a pas de rareté des ondes, car d'autres services identiques existent dans la concurrence du marché... Donald Trump ne s'y est pas trompé, qui a lancé son blog la veille de la décision du Conseil de surveillance, et qui fait courir le bruit qu'il va créer son propre réseau social.

### **In fine, quelle légitimité pour le Conseil ?**

Au-delà de la controverse politique liée au futur de Donald Trump, c'est l'avenir commercial et politique des réseaux sociaux qui est en jeu. Car la décision unilatérale de Facebook de créer son Conseil de surveillance (parfois présenté comme une Cour suprême !) relève de l'autorégulation des médias. Facebook a créé son propre système de reddition de comptes ou Media Accountability System (MAS), une sorte de tradition aux États-Unis où les médias sont commerciaux et ne sauraient souffrir d'ingérence de l'État. Ce Conseil de surveillance, pour inédit qu'il soit dans le numérique, n'est pas loin d'autres MAS, comme les conseils de presse ou les médiateurs de l'information. Paradoxalement et implicitement, il met en jeu le statut d'hébergeur de Facebook car du coup la plate-forme se comporte... comme un média !

La composition du Conseil relève de l'autorégulation : on y retrouve des journalistes mais aussi des usagers et des personnalités, pas tous de nationalité américaine, dont l'intégrité morale est incontestable. Il a conduit une consultation ouverte sur le dossier Trump et a reçu plus de 9 000 réponses (dont celle de Trump, mais aussi de représentants républicains et démocrates). Elle fait apparaître la possibilité de tierces parties et accroît le sentiment d'indépendance et d'objectivité. Mais le Conseil émet des recommandations et pas des règles contraignantes ; en outre, il n'a pas de pouvoir de sanction et ne peut pas s'autosaisir. Il n'a pas la possibilité de peser sur le modèle d'affaires de Facebook. Son rapport sur le cas Trump mentionne d'ailleurs que le média social a

refusé de répondre à 9 questions sur 46 questions, notamment sur la publicité politique, invoquant des motifs variés, comme la protection des données de clients, le secret professionnel ou encore l'impossibilité technique de fournir les informations demandées. Facebook garde ainsi ses pouvoirs discrétionnaires.

On l'aura compris : à bien des égards, cette forme d'autorégulation, qui préserve l'entreprise contre toute intervention extérieure, est une mascarade. Il s'agit d'une confiscation du juridique par une instance qui n'a de valeur que celle que lui reconnaît Facebook. L'habillage du langage en celui d'une cour de justice – y inclus les « avis minoritaires » (*minority reports*) et les mentions de légitimité et de proportionnalité de la sanction – révèle l'intention de contourner les institutions américaines et de supplanter leur pouvoir décisionnaire.

Ce qui se joue là est donc une question fondamentale de gouvernance mondiale d'Internet en articulation avec la souveraineté nationale des États. Laisser ce précédent s'installer crée une menace tant pour les États que pour les usagers. Il est plus que jamais temps de réfléchir aux biens communs de l'information, et de déterminer la façon de les gérer en se délivrant de l'ambiguïté de modèles d'affaires qui fondent leurs algorithmes sur la popularité et non l'intégrité de l'information.

Source  
Courrier  
international  
15 septembre 2021

## 5. Instagram est malsain pour les adolescentes, et Facebook le sait très bien

*D'après des études confidentielles menées en interne, auxquelles a eu accès le Wall Street Journal, l'application de partage de photos aggrave les problèmes de santé mentale des jeunes. Et plus particulièrement des filles.*

Facebook est parfaitement au courant de la toxicité, pour les adolescentes, de son application Instagram, accuse le **Wall Street Journal** dans le deuxième volet, publié mercredi, de ses révélations sur le géant de l'Internet.

Selon une étude menée en interne en mars 2020, “32 % des adolescentes disent que lorsqu'elles se sentent mal dans leur corps, ce sentiment empire en allant sur Instagram. La comparaison avec les corps montrés sur Instagram peut changer l'image que les jeunes femmes ont d'elles-mêmes et la façon dont elles se décrivent.”

Facebook mène “depuis trois ans des études sur l'impact de son application de partage de photos sur ses millions de jeunes utilisateurs”, détaille le quotidien économique. Et les chercheurs de l'entreprise ont découvert “à plusieurs reprises qu'Instagram était néfaste pour un pourcentage non négligeable d'entre eux, notamment les adolescentes”.

En 2019, une autre présentation en interne résumait : “Nous aggravons les problèmes de représentation corporelle pour une adolescente sur trois.”

Les jeunes filles “accusent Instagram d'être responsable de l'augmentation de leur taux d'anxiété et de dépression”, indique une autre. Parmi les jeunes ayant des pensées suicidaires, “13 % des utilisateurs britanniques et 6 % des utilisateurs américains ont attribué leur envie de se tuer à Instagram”.

### Une clientèle “vitale”

Sur Instagram, les moins de 22 ans représentent 40 % des utilisateurs. Une clientèle “vitale” pour Instagram, dont le chiffre d'affaires annuel dépasse 100 millions de dollars. “Et l'entreprise ne veut pas prendre le risque de remettre en cause leur engagement sur la plateforme”, note le quotidien économique.

“Officiellement, Facebook a toujours minimisé les effets négatifs de l'application sur les adolescents et n'a pas rendu ses recherches accessibles” pour les universitaires ou les parlementaires qui en faisaient la demande.

Mark Zuckerberg, alors qu'il était interrogé sur la question de la santé mentale des enfants en mars 2021 devant le Congrès, avait au contraire déclaré : “Ce que nous avons observé, c'est que l'utilisation des réseaux sociaux pour se connecter avec d'autres personnes peut avoir des effets positifs sur la santé mentale.”

Les documents évoqués par l'enquête du *Wall Street Journal* “offrent une image inégalée de la façon dont Facebook est parfaitement conscient des échecs répétés de ses produits et systèmes essentiels à son succès commercial”. Ils font aussi la preuve, affirme le quotidien, que “Facebook a fait des efforts minimes pour résoudre ces problèmes”.

### Enquêtes à grande échelle

Ces efforts consistaient en des “groupes de discussion, des sondages en ligne” menés en 2019 et 2020, ainsi que des “enquêtes à grande échelle auprès de dizaines de milliers de personnes en 2021, qui ont couplé les réponses des utilisateurs avec les propres données de Facebook sur le temps passé par les utilisateurs sur Instagram et ce qu'ils y ont vu”. Des spécialistes maison de la science des données, du marketing et du développement de produits, dont “beaucoup ont une formation en informatique, en psychologie et en analyse quantitative et qualitative”, ont travaillé sur la série de questions portant sur la manière dont les usagers d'Instagram interagissent avec la plateforme.

### Corps et mode de vie

Selon leurs propres conclusions, “certains problèmes sont spécifiques à Instagram et non aux médias sociaux en général”, particulièrement en matière de “comparaison sociale”, quand il s'agit de “s'évaluer par rapport à l'attrait, à la richesse et à la réussite des autres”. Plus que TikTok, qui valorise la performance, ou Snapchat, centré sur le visage, Instagram est focalisé “sur le corps et les modes de vie”.

Les résultats de ces enquêtes ont été présentés à Mark Zuckerberg en 2020, mais l'entreprise a refusé de les rendre publics.

Le *Wall Street Journal* fait état de témoignages d'employés qui ont du mal à “faire entendre à d'autres collègues la gravité de leurs conclusions”. Comme l'explique l'un des anciens chercheurs d'Instagram :

*Nous nous plaçons directement entre les salariés et leur prime [de performance].”*

Source  
capital.fr  
6medias  
4 octobre 2021

## 6. Facebook donne « la priorité à la croissance plutôt qu'à la sûreté » selon une lanceuse d'alerte

*Cette ancienne salariée du réseau social s'est exprimée pour la première fois à visage découvert.*



Frances Haugen est une ancienne ingénieure chef de produit chez Facebook. Pour la première fois, cette lanceuse d'alerte à l'origine de la fuite de documents internes du réseau social qui ont alarmé le public et des élus américains s'est montrée à visage découvert dimanche. Elle a accusé le groupe de « (choisir) le profit plutôt que la sûreté » de ses utilisateurs, dans un entretien diffusé par la chaîne CBS. Cette trentenaire doit être auditionnée mardi par la commission au Commerce du Sénat américain. Dimanche, le sénateur démocrate Richard Blumenthal, membre de la commission, a rendu hommage au courage de la lanceuse d'alerte.

Avant son départ de l'entreprise, en mai, Frances Haugen avait emporté avec elle de nombreux documents issus de recherches internes à l'entreprise et confiés notamment au *Wall Street Journal*. Dans un article publié mi-septembre, le quotidien a révélé, sur la base de ces informations, que l'entreprise effectuait des recherches sur son réseau social Instagram depuis trois ans pour en déterminer les effets sur les adolescents. Les études ont notamment montré que 32 % des adolescents estimaient que l'utilisation d'Instagram leur avait donné une image plus négative de leur corps lorsqu'elles n'en étaient déjà pas satisfaites.

### **Instagram pour les moins de 13 ans suspendu**

Plus tôt dimanche, le vice-président du groupe Nick Clegg avait accordé un entretien à la chaîne CNN et tenté de limiter les possibles dégâts qu'allait causer l'interview de la lanceuse d'alerte. « Nos recherches ou celles de n'importe qui d'autre ne corroborent tout simplement pas le fait qu'Instagram soit mauvais ou toxique pour tous les adolescents », avait déclaré l'ancien vice-Premier ministre britannique dimanche. « Je ne trouve pas surprenant, de façon intuitive, que si vous ne vous sentez déjà pas bien dans votre peau, aller sur les réseaux sociaux puisse vous faire vous sentir encore un peu moins bien », avait ajouté Nick Clegg.

Sous pression, l'entreprise californienne a annoncé suspendre le développement d'une version d'Instagram pour les moins de 13 ans, mais elle n'y a pas renoncé. Frances Haugen a rejoint Facebook en 2019 et été assigné, à sa demande, au département « intégrité civique » (Civic Integrity), qui s'intéressait aux risques que pouvaient poser certains utilisateurs ou certains contenus pour le bon déroulement d'élections. Avant le scrutin présidentiel américain de novembre 2020, Facebook avait modifié ses algorithmes pour réduire la diffusion de fausses informations.

#### **« Personne chez Facebook n'est malveillant »**

Mais selon la lanceuse d'alerte, « dès que l'élection a été terminée », le groupe les a reconfigurés comme avant, « pour donner la priorité à la croissance plutôt qu'à la sûreté », a-t-elle soutenu dans son entretien à l'émission « 60 Minutes », sur CBS. « Il y avait des conflits d'intérêt entre ce qui était bon pour le public, et ce qui était bon pour Facebook », a insisté Frances Haugen, et le groupe, « une occasion après l'autre, choisissait de privilégier ses intérêts, c'est-à-dire faire plus d'argent ». « J'ai vu pas mal de réseaux sociaux, et la situation chez Facebook était sensiblement pire que ce tout ce que j'avais pu voir avant », a dit l'ingénieure, passée par le site de rencontres Hinge, mais aussi Yelp (évaluation de commerces par les internautes) ou Pinterest.

Pour Frances Haugen, c'est à la suite du retour aux anciens algorithmes que de nombreux utilisateurs de Facebook se sont servis de la plateforme pour se mobiliser en vue des événements du 6 janvier, qui ont mené à l'intrusion au Capitole. La responsabilité « de l'insurrection » sur le siège du Congrès « incombe aux personnes qui ont infligé les violences et à ceux qui les ont encouragées, dont le président (Donald) Trump », a rétorqué Nick Clegg. Le vice-président de la plateforme a jugé « trop facile de chercher une explication technologique à la polarisation politique aux États-Unis ». Il a toutefois reconnu que Facebook devait essayer de « comprendre comment (il) contribue aux contenus négatifs et extrême, aux discours haineux et à la désinformation ».

« Personne chez Facebook n'est malveillant », a estimé la lanceuse d'alerte. « Mais les intérêts ne sont pas alignés. » Pour elle, Mark Zuckerberg, co-fondateur et PDG de Facebook, n'a jamais cherché à faire de Facebook une plateforme haineuse, « mais il a permis que des choix soient faits », favorisant la diffusion de contenus haineux. « Les actions de Facebook montrent clairement qu'il ne se réformera pas seul », a réagi le sénateur Blumenthal dans un communiqué. « Nous devons envisager une régulation plus stricte. »

## **7. Facebook : après les accusations, Mark Zuckerberg se défend**

*Facebook n'a pas privilégié ses profits au détriment de la sécurité, s'est défendu Mark Zuckerberg, mardi 5 octobre, après les accusations d'une lanceuse d'alerte devant le Congrès américain.*

Le co-fondateur et patron de Facebook, Mark Zuckerberg, a vigoureusement défendu son entreprise mardi 5 octobre après les accusations d'une lanceuse d'alerte, qui a affirmé devant le Congrès américain que le géant des réseaux sociaux privilégiait ses profits au détriment de la sécurité. « Au cœur de ces accusations réside l'idée que nous privilégions les profits plutôt que la sécurité et le bien-être. Ce n'est tout simplement pas vrai », a affirmé Mark Zuckerberg dans une longue publication sur sa page Facebook.

Il a dénoncé le témoignage de son ancienne employée, Frances Haugen, dont l'exposé a écorné mardi l'image du réseau social devant les élus. « Cela ne reflète tout simplement pas l'entreprise que nous connaissons (...). Nombre de remarques n'ont aucun sens », écrit-il dans ce mémo destiné au personnel puis publié sur sa page Facebook.

Reprenant de nombreux points du témoignage de la lanceuse d'alerte qui a dénoncé l'indifférence de Facebook aux études montrant l'influence toxique des réseaux sociaux du groupe sur les adolescents, Mark Zuckerberg a rétorqué : « Si nous voulions ignorer la recherche, pourquoi créerions-nous un programme d'études de pointe pour comprendre ces problèmes importants ? » « Si nous ne nous soucions pas de lutter contre les contenus préjudiciables, pourquoi embaucherions-nous autant de personnes qui s'y consacrent ? » a-t-il encore interrogé.

Le co-fondateur de Facebook était resté jusqu'ici silencieux depuis le début du scandale lorsque l'informaticienne a récolté des milliers de documents internes pour les confier au Wall Street Journal. Leur publication à la mi-septembre a suffisamment alarmé les élus américains pour qu'ils organisent rapidement une audition sur la protection des enfants en ligne. « Si nous voulons avoir une conversation éclairée sur les effets des médias sociaux sur les jeunes, il faudrait commencer par avoir une image complète », se défend encore Mark Zuckerberg promettant davantage de recherches. Avant d'ajouter : « Comme pour d'autres questions sociales, je ne pense pas que les entreprises privées devraient prendre les décisions par elles-mêmes. C'est pourquoi cela fait plusieurs années que je plaide pour une mise à jour des règlements de l'Internet ».

Source  
*letemps.ch*  
 Camille Pagella  
 24 octobre 2021

## 8. Le voyage de Carol vers QAnon, ou comment Facebook a poussé ses utilisateurs à la radicalisation sans intervenir

*Aux États-Unis, les « Facebook files » continuent de livrer leur lot de révélations. Un consortium de médias a entrepris de disséquer un rapport interne qui dévoile comment l'entreprise a poussé certains de ses utilisateurs à la radicalisation. Encore une fois, Facebook savait mais Facebook n'a rien fait.*

Elle s'appelait Carole Smith. Elle avait 41 ans, c'était une mère plutôt conservatrice mais loin d'être extrémiste et elle venait de Wilmington, le port du sud-est de la Caroline du Nord. Carol Smith aimait regarder Fox News, aller à l'église et se moquer des démocrates. Elle a d'ailleurs voté pour Donald Trump aux élections présidentielles de 2016.

À l'été 2019, elle s'inscrit sur Facebook, «like» la page de Donald Trump, celle de Fox News. Deux jours plus tard, une page Qanon apparaît dans ses recommandations. QAnon, c'est ce groupe qui considère qu'il existe un *deep state* contrôlant le monde en sous-main, en lieu et place des gouvernements élus. Ce *deep state*, composé d'une « élite pédo-sataniste démocrate », Donald Trump serait le seul à pouvoir en déjouer le complot. Carol Smith choisit d'ignorer cette recommandation, elle qui n'a jamais émis d'idées complotistes. Pourtant, une semaine après son inscription, son fil d'actualité ne lui proposera presque plus que des contenus de désinformation et des messages haineux, tous violant les règles officielles de Facebook.

### « Le voyage de Carol Smith vers QAnon »

Carol Smith n'existe pas. Elle faisait partie d'un groupe « d'utilisateurs tests » créé entre 2019 et 2020 par un employé de Facebook. Le but ? Étudier le rôle de la plateforme dans la désinformation des utilisateurs via les systèmes de recommandation et algorithmes. Ces études, révélées par des rapports internes remis à la SEC par la lanceuse d'alerte Frances Haugen, ont été consultées par un consortium d'une dizaine de médias américains. Le résultat est édifiant.

Le rapport concernant Carol Smith s'intitule « Carol's Journey to QAnon » (Le voyage de Carol vers QAnon) et identifie avec elle un problème propre au fonctionnement de la plateforme : par ses algorithmes, Facebook pousse certains utilisateurs vers la théorie du complot. « Pourtant Facebook continuera d'autoriser le mouvement QAnon à opérer sur sa plateforme sans contrôle pendant les treize mois qui suivront », révèle le *Washington Post*. En 2020, le FBI classe QAnon comme une menace terroriste intérieure potentielle et Facebook l'interdit sur ses réseaux sociaux. Mais les adeptes du mouvement continuent de s'organiser sur la plateforme.

### Niveau d'alerte maximum pendant les élections

Lors des élections présidentielles, à l'automne 2020, le niveau d'alerte est relevé et Facebook supprime la désinformation autour du scrutin. Mais des rapports internes « suggèrent qu'après les élections, Facebook est allé trop vite et a démantelé trop rapidement les mesures qui avaient contribué à supprimer certaines informations erronées liées aux élections », révèle le *Washington*

Post.

C'est donc « horrifiés » que les employés de la plateforme assistent à l'assaut du Capitole, quelques mois plus tard. Les banderoles que tiennent les manifestants pro-Trump mentionnent « Stop the steal » (Stoppez ce vol [de voix]), le slogan d'un groupe « contre lequel Facebook n'a pas agi avec suffisamment de force, alors même que sa présence a explosé sur la plateforme », écrit le quotidien américain.

### Démissions au sein du groupe

Au sein même de l'entreprise, l'ambiance se délite. Certains employés quittent le navire, révèle NBC News. « Nous savons depuis plus d'un an maintenant que nos systèmes de recommandation peuvent très rapidement conduire les utilisateurs sur la voie des théories et des groupes du complot », écrit une chercheuse sur Workplace, la messagerie instantanée de l'entreprise, annonçant qu'elle démissionne. « Ce groupe marginal a acquis une importance nationale, avec des candidats au Congrès QAnon et des hashtags et des groupes QAnon devenant tendance. Nous n'avons pas été prêts à agir avant que les choses dégénèrent. »

De son côté, Facebook se défend et assure que le rapport sur « le voyage de Carol Smith vers QAnon est un exemple parfait de la recherche que l'entreprise effectue pour améliorer [ses] systèmes et a contribué à éclairer [sa] décision de supprimer QAnon de la plateforme », cite NBC News.

Ces révélations sont les dernières en date d'une longue série depuis une première vague d'enquêtes publiées par le *Wall Street Journal* en septembre grâce à des rapports internes transmis par l'ex-employée du groupe californien. Frances Haugen, une ancienne ingénieure chef de produit chez Facebook était sortie de son anonymat quelques semaines plus tard et accuse l'entreprise américaine de « privilégier le profit à la sûreté ».

Source  
Courrier  
international  
Valérie de  
Graffenried  
18 octobre 2021

## 9. Pourquoi est-ce si difficile de démanteler Facebook ?

*Les révélations de la lanceuse d'alerte Frances Haugen redonnent du poids à tous ceux qui accusent le géant des réseaux sociaux de corrompre la jeunesse ou de trahir la démocratie. Facebook parvient cependant à repousser toutes les tentatives de régulation, constate Le Temps.*

Depuis l'audition de Frances Haugen, une ingénieure en informatique qui a travaillé pour Facebook, des parlementaires américains se montrent plus que jamais déterminés à “mieux réguler” le géant californien. Or les scandales, auxquels est venue se greffer la récente panne historique, ont beau se succéder, un démantèlement de Facebook s'avère presque mission impossible. Pourquoi ?

“Il est très difficile de démanteler une entreprise en vertu du droit américain. La Federal Trade Commission (FTC) [l'autorité américaine de la concurrence, ndlr] a récemment essuyé un revers dans sa tentative d'obtenir une décision de justice établissant que Facebook a un statut de monopole, au sens de la législation antitrust américaine”, rappelle Joel Mitnick. Avocat spécialisé dans le domaine, il a plaidé en faveur de recours collectifs antitrust jusqu'à la Cour suprême et commencé sa carrière à la FTC.

Joel Mitnick ajoute : “Une décision de justice concluant à un abus de pouvoir monopolistique serait une condition préalable à toute nouvelle tentative de la FTC de démanteler Facebook. Mais, même dans un tel cas, un tribunal pourrait ne pas être d'accord avec la FTC sur le fait qu'une mesure aussi draconienne est justifiée. Et un démantèlement par le biais du Congrès est encore plus improbable. Le Congrès ne peut pas légiférer contre une seule entreprise. Il faudrait qu'il trouve une majorité bipartisane prête à rédiger une loi qui rendrait illégale la plateforme de Facebook, telle qu'elle est actuellement constituée. C'est très difficile à faire.”

### Chou blanc

Devenue lanceuse d'alerte pour dénoncer les dérives de Facebook qui, à ses yeux, “trahit la démocratie pour protéger ses revenus”, Frances Haugen est bien consciente du pouvoir quasi illimité de l'entreprise. Elle n'est d'ailleurs pas en faveur d'un démantèlement de Facebook, mais pousse néanmoins les élus à agir. Jusqu'ici, les différentes tentatives de réguler ce type de plateforme et de casser leur pouvoir économique colossal ont fait chou blanc. Mais les efforts se poursuivent. À la fin juin, une commission parlementaire a approuvé six projets de loi qui, théoriquement, pourraient faciliter le démantèlement des Gafa (Google, Amazon, Facebook et Apple), en leur interdisant notamment d'acquiescer des concurrents.

Le président Joe Biden lui-même soutient les tentatives de limiter les pouvoirs de la Silicon Valley. À la fin juillet, il s'en est pris frontalement à Facebook, en l'accusant de ne pas modérer suffisamment les interventions des antivaccins, qui *“tuent les gens”*. *“Il y a environ douze personnes qui produisent 65 % de la désinformation hostile aux vaccins sur les réseaux sociaux. Toutes restent actives sur Facebook, alors que certaines ont été bannies d'autres plateformes”*, précisait sa porte-parole, Jen Psaki, en critiquant la lenteur de Facebook à supprimer les messages inappropriés.

### L'élan antitrust va s'essouffler

Pour Facebook, les difficultés se multiplient. Mais la plupart des experts pensent que cet élan antitrust ne devrait pas durer longtemps. Les élus ne parviennent pas à s'entendre sur la sensible question des limites de la liberté d'expression, garantie par le premier amendement de la Constitution : les républicains sont moins enclins que les démocrates à brandir l'instrument de la censure pour lutter contre la désinformation. Tout le débat se concentre autour de la *“section 230”*, fameuse législation qui protège ces plateformes en les considérant comme de simples hébergeurs et non comme des éditeurs de contenu.

Pour ce qui est de la FTC, Joel Mitnick fait allusion aux plaintes de l'entité et des procureurs de 48 États américains retoquées par un juge fédéral, en juillet, en raison de données jugées insuffisantes. Le dossier a depuis été complété. La FTC accuse le groupe d'abus de position dominante et d'avoir illégalement racheté ou enterré des concurrents quand leur popularité devenait *“une menace existentielle”*.

Alexandria Ocasio-Cortez, élue démocrate new-yorkaise, s'en est émue sur Twitter. Pour elle, la *“mission”* de Facebook de *“posséder, copier ou détruire toute plateforme concurrente”* a des *“effets incroyablement destructeurs sur la société libre et la démocratie”* : *“Si le comportement monopolistique de Facebook avait été contrôlé au moment où il aurait dû l'être (peut-être au moment où il a commencé à acquérir des concurrents comme Instagram), les continents entiers qui dépendent de WhatsApp et d'Instagram pour communiquer ou faire du commerce se porteraient bien en ce moment.”* La New-Yorkaise avait soutenu le plan de démantèlement des Gafa proposé par sa collègue de parti Elizabeth Warren lors de sa campagne présidentielle.

Cet été, des enquêtes visant Facebook ont également été ouvertes du côté de Londres et de Bruxelles. Avec l'entrée en vigueur, en 2018, du règlement général sur la protection des données (RGPD), l'Europe est mieux armée en matière de régulation des Gafa. L'Allemagne a donné l'exemple avec une loi contraignant les réseaux sociaux à supprimer dans les vingt-quatre heures des contenus offensifs signalés, sous peine de devoir payer des amendes pouvant aller jusqu'à 50 millions d'euros. Si démanteler une entreprise en vertu du droit américain reste difficile, il existe toutefois des précédents. Standard Oil a, par exemple, été dissoute en 1914 et scindée en 34 sociétés.

Le 9 mai 2019, Chris Hughes, cofondateur de Facebook, avait décoché une première flèche empoisonnée dans le *New York Times* contre son ancien camarade de jeu Mark Zuckerberg. Dans une longue tribune, il appelait lui-même au démantèlement de l'entreprise, pour la scinder en trois entités : Facebook, Instagram et WhatsApp. *“La stratégie de la société a consisté à éclipser tous ses concurrents. Avec l'approbation tacite – et parfois explicite – des autorités et du gouvernement”*, écrivait-il. Ces derniers jours, Chris Hughes s'est fait plus discret. Quant à Mark Zuckerberg, il fait mine d'appuyer une réforme de la section 230. Pour mieux protéger les utilisateurs, assure-t-il.

#### Source

Slate.fr

Corentin Parbaud

14 juillet 2021

## 10. Facebook est devenu le réseau des boomers

*Plus âgée, plus réac, plus virulente, l'audience de la plateforme a profondément changé ces dernières années. Pendant ce temps, les nouvelles générations trouvent leur bonheur ailleurs.*

« Oui, c'est devenu pénible. C'est une partie du métier qui est un peu chiant, un peu minante... » Community manager pour un important média français, Julia\* souffle son ras-le-bol. « Dès qu'on va partager un sujet sensible, on s'attend à avoir des commentaires virulents. Avant, on se disait “ ce papier va marcher ”, maintenant on se dit “ ce papier va avoir des commentaires sales ”. L'échange et la discussion, ça a complètement disparu. »

Un réseau, plus que les autres, cristallise ce phénomène : Facebook. À son lancement, le bébé de Mark Zuckerberg était the place to be pour tous les ados et jeunes adultes. Désormais, il a été déserté par la jeunesse et investi, du moins pour la partie visible de l'iceberg, par les plus vieux, notamment par certains réactionnaires, parfois agressifs et très vocaux, ceux qui sont désormais surnommés les

« boomers ».

Une tendance qui s'est dessinée au fil des ans, à mesure que d'autres réseaux sociaux ont pris de l'ampleur. Julia a pris ses fonctions en novembre 2018. En trois ans, elle a vu le profil des utilisateurs qui commentaient les publications de son média changer drastiquement et l'atmosphère de Facebook se vicier. « Avant, j'avais l'impression que c'était plus jeune, se souvient-elle. Maintenant, en regardant dans les profils, on a davantage de gens entre 34 et 45 ans, beaucoup d'hommes. Surtout, on a beaucoup de prises de positions réacs, dès qu'on parle de féminisme ou d'écologie par exemple, alors qu'on essaie de partager beaucoup de sujets porteurs et bienveillants. »

### **L'exode de la génération Z**

Pourtant, le réseau social est toujours, et d'assez loin, le plus usité au monde, avec pas moins de 2,85 milliards d'utilisateurs mensuels. En France, ce sont 40 millions de visiteurs uniques qui se rendent sur Facebook tous les mois. Si ces chiffres bruts sont encore bons, les tendances sont plus alarmantes. Entre 2020 et 2021, le taux d'utilisation de Facebook parmi les internautes français n'a augmenté que de 1%, beaucoup moins que les autres réseaux sociaux majeurs (19 % pour WhatsApp, 10 % pour YouTube, 8 % pour Instagram). Chez les jeunes, la tendance est même au recul. En 2017, 93% des internautes âgés de 16 à 25 ans utilisaient Facebook. En 2019, ils ne sont désormais plus que 61 %.

Si Snapchat (de 82 à 74 %) et Twitter (de 53 à 33 %) ont également perdu des visiteurs sur cette tranche d'âge, aucun réseau n'a connu un tel exode. Plusieurs raisons peuvent expliquer ce désamour massif de la génération Z. Pour elle, d'autres réseaux sont devenus incontournables, progressant ces derniers semestres : Instagram (de 64 à 81 %) et TikTok (de 4 à 10 %). « Il y a un désintérêt, voire une ignorance de Facebook, éclaire Emmanuelle Patry, consultante en réseaux sociaux et fondatrice de Social Media Lab. Ce qui plaît aux jeunes, c'est l'usage 100 % mobile, les réseaux beaucoup plus visuels et interactifs, où ils peuvent suivre leurs influenceurs. »

Les réseaux axés sur l'image rencontrent donc un succès grandissant...d'autant que « les parents en sont souvent absents ». À l'inverse, les quadras et plus ont toujours eu un train de retard dans les usages numériques. « Facebook, ça leur convient parce que ça reste un site, pas qu'une application, on peut faire du texte, ils y sont plus à l'aise, poursuit Emmanuelle Patry. Il y a eu un bond de l'utilisation pour cette tranche d'âge-là, notamment pendant le confinement. » Moins au fait des innovations sur le web, les baby-boomers arrivent à rebours sur les plateformes en vogue, aujourd'hui sur Facebook, demain sur Instagram. Si la tranche des 50 ans et plus est la moins représentée sur le réseau, elle est, d'assez loin, celle qui progresse le plus vite.

### **Environnement social**

Si le public de Facebook a évolué en dix ans, il en va de même, inévitablement, pour les propos qui y sont tenus. Là où le réseau était initialement conçu pour échanger des nouvelles et des tranches de vie, il est vite devenu, comme les autres, une zone de partage d'informations et de débat politisé. Selon la consultante, « les personnes aux opinions politiques fortement marquées ont tendance à beaucoup s'exprimer sur les réseaux, entre autres parce qu'il y a du texte. C'est devenu un vecteur pour diffuser ses idées et ça ne fait que s'accroître, parce que ce sont des outils très puissants et qu'il y a peu de contrôle. On l'a très bien vu pendant la campagne de Trump avec les fake news et l'émergence de micro-influenceurs. »

Sur Facebook, plus qu'ailleurs, les idées en question sont souvent de droite, parfois carrément réactionnaires, un constat qui n'est sûrement pas décorrélé de son vieillissement, puisque historiquement les personnes âgées votent de manière plus conservatrice. Le constat est autant empirique que sourcé. Kevin Roose, journaliste pour le New York Times, tient un compte Twitter sur lequel il compile les dix posts Facebook les plus partagés chaque jour.

Parmi les noms qui reviennent régulièrement : Fox News, la chaîne d'information américaine en continu conservatrice, Sean Hannity, l'un de ses présentateurs, Ben Shapiro, journaliste et commentateur politique pro-Républicain, Dan Bongino, animateur radio et fervent supporter de Donald Trump, ou encore le pasteur Franklin Graham, lui aussi soutien de l'ancien président américain, favorable entre autres aux thérapies de conversion.

En France, des statistiques de ce genre n'existent pas, mais les commentaires politiques tranchés sont aussi légion. « Voir d'autres personnes exprimer librement des visions relativement proches des leurs les incite à exprimer à leur tour ce qu'ils veulent. Cela contribue à rendre acceptables les idées extrêmes, expliquait en 2016 le professeur de communication politique Darren Lilleker dans une interview à L'Écho. Cela peut plus spécialement concerner ceux qui expriment des visions politiques

typiques ou modérées, et qui peuvent très vite constater que les expressions d'idéologies politiques plus tranchantes, clivantes, tendent à prendre naturellement le dessus, à dominer le débat. Sur les réseaux sociaux, les modérés sont voués à s'effacer. »

De son côté, le chercheur Gianmarco De Francisci Morales avançait, dans une étude qu'il a menée en 2018, que « même quand on a au départ des opinions peu affirmées, plus on interagit avec son environnement social, plus celles-ci se renforcent ».

#### « Une vision différente »

Cette métamorphose de la plateforme n'a pas l'air d'effrayer outre mesure ses actionnaires, qui ne changent pas leur fusil d'épaule. Au niveau de la modération, le réseau prend quelques décisions fortes, comme la suspension du compte de Donald Trump pour deux ans, en janvier dernier, la suppression de la page de Génération identitaire en 2018, ou la lutte annoncée contre les fake news, mais rien ne semble indiquer une volonté de pacifier les débats.

« Une des choses dont on parle peu à l'intérieur de l'entreprise, c'est le fait que la communauté dont on s'occupe est, en moyenne, idéologiquement plus conservatrice que nos employés », expliquait Mark Zuckerberg, en 2020 lorsqu'il était interrogé sur l'influence de Jael Kaplan, vice-président de Facebook et ancien conseiller de George Bush, dans les décisions de l'entreprise. « Si nous voulons servir ces gens correctement, il faut prendre en compte que nous avons une vision différente des choses et que, si quelqu'un n'est pas d'accord avec nous, ça ne veut pas dire qu'il tient des propos haineux ou malintentionnés... »

\*Le prénom a été changé.