

## **Transparence des réseaux sociaux et intérêts économiques**

François Debras

Université de Liège, Haute Ecole Libre Mosane, Université Sorbonne Nouvelle

*Tous les jours, nous passons des heures scotchés à nos écrans, absorbés par des contenus toujours plus personnalisés. Mais derrière un sentiment de liberté et d'information, se cache une mécanique bien rodée : capter notre attention pour en tirer des profits économiques.*

Les réseaux sociaux ne sont pas de simples outils de communication, ce sont des entreprises marchandes. L'objectif de Meta, de Twitter, de TikTok ou de YouTube ? Faire rester les utilisateur·rice·s le plus longtemps possible. Pourquoi ? Pour gagner de l'argent avec la publicité. Comment ? Grâce aux algorithmes. Ces programmes analysent nos actions et sélectionnent les contenus susceptibles de provoquer des réactions : likes, partages, commentaires. L'information est secondaire, c'est la viralité et le clic qui priment. Ces logiques nous enferment dans des « bulles de filtres ». Chacun·e voit un fil d'actualité façonné selon ses préférences et croyances. Il n'y a plus d'opinions contradictoires mais homogènes, tout est lissé. C'est l'ère de la fragmentation où nous avons toutes et tous des visions éclatées du monde.

Mais pourquoi ne pas permettre à chacun·e de voir son fil d'actualité dans l'ordre chronologique (comme Twitter l'a déjà proposé par le passé) ? Pourquoi ne pas partager les critères qui régissent la hiérarchisation des contenus ? Pourquoi ne pas renforcer les expérimentations en matière de régulation ? La transparence nous est refusée. Les algorithmes restent opaques, les outils confidentiels. Et si des organismes de contrôle sont évoqués, leur portée reste finalement limitée au bon vouloir des entreprises. Les quelques tentatives d'ouverture ont été brutalement interrompues depuis la présidence de Donald Trump, marquant une soumission des milieux de la tech., verrouillant davantage encore leurs systèmes.

Les logiques de rentabilité des plateformes sont incompatibles avec l'idéal démocratique. Quand la consommation écarte la citoyenneté, la publicité remplace l'information et l'émotion supplante la réflexion, c'est la démocratie qui vacille. Il est nécessaire de réguler les plateformes, de promouvoir des alternatives éthiques et de soutenir une presse d'information. Mais surtout, il nous faut apprendre à raccrocher ! À éteindre notre téléphone, notre ordinateur et aller à la rencontre des autres. C'est dans le lien direct, loin des écrans, que nous pourrons (re)construire un monde commun.