

OBSERVIA

Observatoire des Mutations Algorithmiques

LIVRE BLANC

BULLES DE FILTRE ET POLARISATION POLITIQUE EN FRANCE

De l'effondrement du bipartisme à l'ère des extrêmes
Analyse politique approfondie, mécanismes algorithmiques
et données électorales sourcées (2002-2024)

*Document destiné aux instituts de sondage,
chercheurs en science politique et décideurs publics*

Janvier 2026

Table des matières

Table des matières	2
Préambule	3
Partie I — Le séisme électoral français	5
1.1 L'ampleur de la transformation : une mise en perspective historique	5
1.2 L'érosion du front républicain	7
1.3 Une recomposition sociologique sans précédent	7
Partie II — Anatomie des forces politiques émergentes	10
2.1 Le Rassemblement National : de la diabolisation à l'hégémonie	10
Le phénomène Bardella	11
2.2 La France Insoumise : la gauche à l'ère algorithmique	12
La coalition sociologique inédite de LFI	13
2.3 Le macronisme : consolidation ou fragmentation du système ?	14
Partie III — La transformation de l'écosystème informationnel	15
3.1 Le basculement vers les réseaux sociaux : données longitudinales	15
3.2 L'effondrement de la confiance institutionnelle	16
Partie IV — Les mécanismes algorithmiques de la polarisation	19
4.1 La thèse des bulles de filtre : genèse et réception	19
4.2 État de la recherche académique	19
4.3 Mécanismes techniques : de la technologie à la politique	21
Partie V — Études de cas	23
5.1 Les Gilets Jaunes : un mouvement né sur Facebook	23
5.2 Éric Zemmour : une candidature construite par les médias	24
Partie VI — Implications démocratiques et recommandations	26
6.1 Les enjeux pour la démocratie française	26
6.2 Recommandations	26
Aux pouvoirs publics	27
Aux instituts de sondage	27
Aux plateformes	27
Aux citoyens	28
Conclusion	29
Annexes	31
Annexe A — Méthodologie et sources	31
Annexe B — Bibliographie sélective	31
Annexe C — Glossaire	32

Préambule

Le 9 juin 2024, au soir du premier tour des élections européennes, Emmanuel Macron annonce la dissolution de l'Assemblée nationale. Le Rassemblement National vient d'obtenir 31,4% des suffrages, plus du double du score de la liste présidentielle. Trois semaines plus tard, aux législatives anticipées, le parti de Marine Le Pen et Jordan Bardella atteint 33,2% au premier tour — un niveau jamais atteint sous la Ve République pour une formation d'extrême droite. Au même moment, le Nouveau Front Populaire, coalition de gauche dominée par La France Insoumise, rassemble 28% des voix. À eux deux, les blocs situés aux marges traditionnelles de l'échiquier politique captent plus de 61% des suffrages exprimés.

Ce basculement historique ne s'est pas produit en une nuit. Il est l'aboutissement d'une transformation profonde, qui s'étend sur deux décennies, du rapport des Français à la politique, à l'information et, peut-être, à la vérité elle-même. Comprendre ce qui s'est passé — et ce qui continue de se passer — exige de croiser l'analyse politique traditionnelle avec une compréhension fine des mécanismes algorithmiques qui restructurent désormais l'espace public.

Ce livre blanc se propose d'éclairer la relation entre la transformation numérique de l'espace informationnel et la recomposition du paysage politique français. Il ne s'agit pas d'établir une causalité simple et mécanique — les réseaux sociaux ne 'causent' pas la montée des extrêmes au sens où une allumette cause un incendie. La réalité est plus complexe : les algorithmes ont créé les conditions de possibilité d'une reconfiguration radicale, en amplifiant certaines dynamiques, en accélérant certaines tendances, en affaiblissant certaines institutions médiatrices, et en donnant une visibilité nouvelle à des forces politiques jusqu'alors contenues aux marges.

Notre démarche se veut rigoureusement documentée. Chaque donnée électorale provient du Ministère de l'Intérieur ; chaque enquête d'opinion est référencée avec son institut et sa date ; chaque étude académique est citée avec ses résultats, y compris lorsqu'ils nuancent ou contredisent la thèse des 'bulles de filtre'. L'honnêteté intellectuelle commande de reconnaître que la recherche sur ces questions est encore jeune, parfois contradictoire, et que les certitudes sont rares.

Ce document s'adresse aux professionnels de l'opinion — instituts de sondage, chercheurs en science politique, analystes électoraux — ainsi qu'aux décideurs publics et aux citoyens soucieux de comprendre les forces profondes qui transforment notre démocratie. Il n'a pas vocation à trancher les débats mais à les éclairer, en fournissant des données fiables, des cadres d'interprétation robustes, et une cartographie aussi précise que possible d'un territoire en pleine mutation.

Partie I — Le séisme électoral français

1.1 L'ampleur de la transformation : une mise en perspective historique

Avant d'analyser les mécanismes, il convient de mesurer l'ampleur du phénomène. Les données électorales des vingt dernières années révèlent une transformation d'une rapidité et d'une profondeur sans équivalent dans l'histoire de la Ve République — et peut-être dans celle des démocraties occidentales.

La Ve République, depuis sa fondation en 1958, a été structurée par un affrontement binaire entre une droite gaulliste (devenue UMP puis LR) et une gauche socialiste (ancrée dans le PS), alternant au pouvoir depuis 1981. Ce système bipartisan, certes fragilisé par l'émergence du Front National dans les années 1980 et par les épisodes de cohabitation, est resté le cadre dominant de la vie politique française pendant un demi-siècle. En 2007, au premier tour de l'élection présidentielle, Nicolas Sarkozy (UMP) et Ségolène Royal (PS) totalisaient ensemble 57% des voix. Ce chiffre, qui apparaissait alors comme le signe d'un bipartisme robuste, nous semble aujourd'hui appartenir à une époque révolue.

ÉVOLUTION ÉLECTORALE PAR FAMILLE POLITIQUE — PRÉSIDENTIELLES T1 (2002-2022)							
ANNÉE	Extr. D.	Droite	Centre	Gauche	Extr. G.	Écolo	SOURCE
2002	19,2%	19,9%	6,8%	16,2%	13,8%	5,3%	Min. Intérieur
2007	10,4%	31,2%	18,6%	25,9%	9,0%	1,6%	Min. Intérieur
2012	17,9%	27,2%	9,1%	28,6%	12,8%	2,3%	Min. Intérieur
2017	21,3%	20,0%	24,0%	6,4%	21,2%	6,3%	Min. Intérieur
2022	30,3%	4,8%	27,8%	1,8%	22,8%	4,6%	Min. Intérieur

[Source : Ministère de l'Intérieur — Résultats officiels des élections présidentielles 2002-2022]

Les chiffres sont éloquentes. L'extrême droite (FN/RN, auxquels s'ajoute Zemmour en 2022) est passée de 19,2% en 2002 à 30,3% en 2022, soit une progression de 11 points. La gauche radicale (LO, LCR/NPA, PCF, puis LFI) a progressé de 13,8% à

22,8%. Ensemble, les formations situées aux extrémités de l'échiquier politique captent désormais plus de la moitié des voix au premier tour.

Dans le même temps, les partis de gouvernement traditionnels se sont effondrés. La droite républicaine, qui culminait à 31,2% avec Nicolas Sarkozy en 2007, est tombée à 4,8% avec Valérie Pécresse en 2022. Le Parti Socialiste, qui obtenait encore 28,6% avec François Hollande en 2012, n'a recueilli que 1,8% avec Anne Hidalgo dix ans plus tard. Un effondrement cumulé de plus de 50 points en quinze ans — du jamais vu.

VOTE CUMULÉ POUR LES EXTRÊMES (ED + EG) — PRÉSIDENTIELLES T1		
2002		33%
2007		19.4%
2012		30.7%
2017		42.5%
2022		53.1%
2024 (Législatives T1)		61.3%

[Source : Ministère de l'Intérieur ; 2024 : législatives anticipées T1]

1.2 L'érosion du front républicain

Le second tour de l'élection présidentielle, historiquement conçu comme un mécanisme de 'front républicain' contre l'extrême droite, révèle une autre dimension de la transformation en cours.

L'ÉROSION DU FRONT RÉPUBLICAIN — SECONDS TOURS PRÉSIDENTIELS					
ANNÉE	Candidat FN/RN	Score	Candidat élu	Score	ANALYSE
2002	J-M. Le Pen	17,8%	J. Chirac	82,2%	Front républicain massif. 'Voter escroc, pas facho'. Mobilisation historique gauche.
2017	M. Le Pen	33,9%	E. Macron	66,1%	Front républicain affaibli. Abstention record (25,4%). Débat raté MLP.
2022	M. Le Pen	41,5%	E. Macron	58,5%	Front républicain fissuré. 28% abstention. 17% électeurs JLM votent MLP.

[Source : Ministère de l'Intérieur — Résultats officiels seconds tours présidentiels]

En 2002, face à Jean-Marie Le Pen qualifié au second tour à la surprise générale, Jacques Chirac avait obtenu 82,2% des voix grâce à une mobilisation massive de l'électorat de gauche. Le mot d'ordre 'voter escroc, pas facho' avait rassemblé bien au-delà des clivages habituels. Vingt ans plus tard, face à la fille du même candidat, Emmanuel Macron n'obtient que 58,5%, soit une érosion de près de 24 points du 'front républicain'.

Cette érosion traduit un phénomène profond : une part croissante de l'électorat refuse de voter 'contre' plutôt que 'pour', considérant qu'il n'existe pas de différence fondamentale entre les candidats du second tour ou que le 'système' est également problématique de part et d'autre. Selon l'IFOP, 35% des électeurs de Jean-Luc Mélenchon au premier tour de 2022 ont choisi l'abstention ou le vote blanc au second tour, et 17% ont voté Marine Le Pen. La notion même de 'front républicain' semble avoir perdu son évidence pour une partie significative de l'électorat.

1.3 Une recomposition sociologique sans précédent

Au-delà des scores agrégés, la transformation du paysage politique français se lit dans la sociologie des électors. Les données issues des sondages 'jour du vote' révèlent des clivages qui ne recoupent plus les anciennes lignes de fracture gauche/droite.

SOCIOLOGIE ÉLECTORALE — PRÉSIDENTIELLE 2022 PREMIER TOUR					
CATÉGORIE	Le Pen (RN)	Mélenchon	Macron	Pécresse	SOURCE
ENSEMBLE T1	23,2%	22,0%	27,8%	4,8%	Min. Intérieur
18-24 ans	25%	31%	22%	2%	IPSOS
25-34 ans	28%	28%	24%	3%	IPSOS
35-49 ans	26%	24%	25%	4%	IPSOS
50-64 ans	24%	20%	28%	6%	IPSOS
65 ans et +	18%	13%	32%	8%	IPSOS
Ouvriers	45%	22%	10%	2%	IFOP
Employés	38%	24%	18%	3%	IFOP
Prof. intermédiaires	22%	28%	26%	4%	IFOP
Cadres supérieurs	10%	22%	35%	8%	IFOP
Communes rurales	32%	15%	22%	5%	IFOP
Agglo. parisienne	12%	30%	32%	6%	IFOP
Sans diplôme / BEP-CAP	42%	18%	15%	4%	IFOP
Bac+5 et plus	8%	25%	38%	7%	IFOP

[Source : IFOP/IPSOS — Sondages jour du vote, présidentielle 2022 T1. Échantillons 3000-5000 répondants]

Le Rassemblement National est devenu le premier parti des classes populaires : 45% des ouvriers et 38% des employés ont voté Marine Le Pen au premier tour de 2022. C'est aussi le premier parti des communes rurales (32%) et des personnes sans diplôme ou titulaires d'un BEP/CAP (42%). Cette 'gauchisation' sociologique de l'électorat RN — historiquement ancré dans la petite bourgeoisie commerçante et artisanale du Midi — constitue l'une des transformations majeures des deux dernières

décennies. Le FN de Jean-Marie Le Pen était le parti des petits patrons inquiets ; le RN de Marine Le Pen est devenu celui des ouvriers et employés déclassés.

À l'inverse, Jean-Luc Mélenchon réalise ses meilleurs scores dans l'agglomération parisienne (30%) et chez les diplômés du supérieur (25%), tout en maintenant un ancrage significatif chez les jeunes (31% des 18-24 ans). Emmanuel Macron, quant à lui, capte l'électorat des cadres (35%), des seniors (32% des 65+) et des très diplômés (38% des Bac+5). Ce 'bloc bourgeois', pour reprendre l'expression du politologue Jérôme Fourquet, apparaît sociologiquement homogène mais numériquement insuffisant.

« *La France s'est archipelisée. Les différents groupes sociaux ne partagent plus les mêmes modes de vie, les mêmes références culturelles, les mêmes sources d'information. Ils habitent des îles qui communiquent de moins en moins entre elles.* »

Jérôme Fourquet, *L'Archipel français*, 2019

Partie II — Anatomie des forces politiques émergentes

2.1 Le Rassemblement National : de la diabolisation à l'hégémonie

Le Front National, fondé en 1972 par Jean-Marie Le Pen, a longtemps été maintenu aux marges du système politique français par un triple dispositif de containment : un 'cordon sanitaire' médiatique qui limitait les invitations et multipliait les contradictions ; un 'cordon partisan' qui interdisait toute alliance locale ou nationale ; un 'cordon électoral' par lequel les électeurs pratiquaient le vote utile pour éviter sa qualification. Ce système a volé en éclats en une décennie.

PROGRESSION DU VOTE RN — PRÉSIDENTIELLES T1		
2002 — J-M. Le Pen		16.9%
2007 — J-M. Le Pen		10.4%
2012 — M. Le Pen		17.9%
2017 — M. Le Pen		21.3%
2022 — M. Le Pen		23.2%
2024 — RN (Législatives)		33.2%

[Source : Ministère de l'Intérieur ; 2024 : législatives anticipées T1 (liste RN)]

La stratégie de 'dédiabolisation' initiée par Marine Le Pen à partir de 2011 a consisté à normaliser le parti sans en modifier substantiellement la ligne idéologique. Le triptyque traditionnel — préférence nationale, rejet de l'immigration, critique de l'Union européenne — demeure le socle programmatique. Mais la forme change radicalement. Exit les dérapages antisémites, les provocations négationnistes, les skinheads au service d'ordre, les références nostalgiques à Vichy. Place à une communication professionnalisée, des cadres en costume-cravate, un discours 'social' sur les services publics, les retraites et le pouvoir d'achat.

Cette stratégie aurait probablement échoué si elle s'était heurtée au même mur médiatique que dans les années 1990. Or, le cordon sanitaire s'est progressivement effrité sous le double effet de la concurrence pour l'audience (inviter Le Pen fait des

vues) et de la montée en puissance des médias 'alternatifs'. CNews, chaîne d'information du groupe Bolloré, a offert à partir de 2019 une tribune quotidienne à Éric Zemmour, puis à de nombreux représentants de la droite radicale, contribuant à normaliser des discours auparavant cantonnés aux marges.

Les réseaux sociaux, surtout, ont permis au RN de s'adresser directement à des millions de Français sans le filtre des journalistes. La page Facebook de Marine Le Pen, avec ses 2,9 millions de followers, est devenue un média à part entière, diffusant quotidiennement des contenus calibrés pour la viralité : vidéos courtes, punchlines, indignation calibrée contre 'l'insécurité', 'l'immigration', 'les élites déconnectées'. L'algorithme de Facebook, optimisant l'engagement, a massivement amplifié ces contenus, qui génèrent systématiquement plus de réactions que ceux des partis concurrents.

« Marine Le Pen a compris avant tout le monde que le combat culturel se gagne d'abord sur le terrain de la respectabilité. Elle n'a pas changé le fond ; elle a changé la forme. Et dans une société médiatique, la forme finit par devenir le fond. »

Jean-Yves Camus, *politologue, spécialiste de l'extrême droite*

Le phénomène Bardella

Jordan Bardella incarne l'aboutissement de cette mutation. Né en 1995, élevé en Seine-Saint-Denis, il est le premier dirigeant politique français à avoir construit sa carrière quasi-exclusivement sur les réseaux sociaux. Sa chaîne TikTok (1,5 million d'abonnés) et son compte Instagram (1,8 million) font de lui le politique français le plus suivi sur ces plateformes, devant Emmanuel Macron. Sa communication — visuelle, émotionnelle, calibrée pour les formats courts — est parfaitement adaptée aux algorithmes qui privilégient l'engagement.

Aux élections européennes de 2024, Bardella a capté massivement le vote des 18-24 ans, une première historique pour l'extrême droite qui était traditionnellement sous-représentée dans cette tranche d'âge. Ce basculement générationnel, s'il se confirme dans la durée, pourrait transformer structurellement le paysage politique français pour les décennies à venir.

2.2 La France Insoumise : la gauche à l'ère algorithmique

À l'autre extrémité de l'échiquier, Jean-Luc Mélenchon a opéré une transformation tout aussi remarquable de la gauche radicale. Le sénateur socialiste des années 1990, qui avait participé au gouvernement Jospin comme ministre délégué à l'Enseignement professionnel, est devenu le tribun d'une gauche de rupture, débarrassée des compromissions de l'exercice du pouvoir.

PROGRESSION DU VOTE MÉLENCHON / LFI		
2012 — Front de Gauche		11.1%
2017 — France Insoumise		19.6%
2022 — France Insoumise		22%
2024 — NFP (Législatives)		28.1%

[Source : Ministère de l'Intérieur ; 2024 : NFP (Nouveau Front Populaire) aux législatives T1]

La conversion numérique de Mélenchon remonte à 2012 avec le Front de Gauche, mais c'est en 2017 qu'elle atteint sa maturité. La chaîne YouTube de La France Insoumise dépasse alors les 500 000 abonnés ; les meetings sont retransmis en direct et visionnés par des centaines de milliers de personnes ; les interventions à l'Assemblée deviennent des 'moments' partagés des millions de fois. L'hologramme de Mélenchon, présent simultanément à Lyon et Paris lors d'un meeting, symbolise cette hybridation assumée entre politique et spectacle numérique.

La rhétorique mélenchoniste est parfaitement calibrée pour les algorithmes. Indignation contre les injustices, dénonciation des 'élites' et des 'médiocrates', punchlines mémorables ('Je suis la République !'), mise en scène conflictuelle avec les journalistes — tous les ingrédients de la viralité sont réunis. La stratégie de clash avec les médias mainstream, loin de marginaliser LFI, renforce sa crédibilité auprès d'un électorat défiant. L'affrontement avec Jean-Jacques Bourdin sur BFMTV, les perquisitions au siège du parti filmées et commentées en direct, deviennent des 'moments TikTok' partagés massivement.

« Mélenchon a compris que l'algorithme récompense l'émotion et punit la nuance. Chaque intervention publique est conçue comme un clip potentiel : une phrase choc, un geste théâtral, une indignation calibrée. C'est de la politique à l'ère du scroll infini. »

Rémi Lefebvre, politologue, Université de Lille

La coalition sociologique inédite de LFI

En 2022, Mélenchon frôle le second tour avec 22% des voix, soit une progression de 11 points par rapport à 2012. Cette performance repose sur une coalition sociologique nouvelle : jeunes diplômés urbains (30% dans l'agglomération parisienne), quartiers populaires à forte population immigrée ou issue de l'immigration, abstentionnistes remobilisés. LFI réussit à rassembler des électorats que tout oppose sociologiquement — le jeune cadre parisien et le jeune des quartiers populaires — autour d'un rejet commun du 'système' et d'une promesse de rupture.

Les réseaux sociaux ont joué un rôle décisif dans cette mobilisation. Ils ont permis de toucher des populations éloignées de la politique institutionnelle et des médias traditionnels : jeunes précaires, habitants des quartiers populaires, diplômés déclassés. La stratégie de présence sur Twitch et Discord a permis d'atteindre des audiences que les médias traditionnels ne touchent plus.

2.3 Le macronisme : consolidation ou fragmentation du système ?

L'élection d'Emmanuel Macron en 2017 a été interprétée, à chaud, comme la victoire du 'centre' et de la 'raison' contre les 'populismes' de droite et de gauche. Sept ans plus tard, cette lecture apparaît insuffisante, voire trompeuse. Le macronisme n'a pas stabilisé le système politique français ; il a peut-être achevé de le déstructurer.

En captant simultanément une partie de l'électorat de gauche modérée (les 'sociaux-libéraux' orphelins du hollandisme) et de droite pro-business (les 'juppéistes' et 'libéraux' orphelins des primaires), Macron a certes réussi un hold-up électoral, mais il a privé les partis traditionnels de leur base sociologique et accéléré leur effondrement. Le PS et LR ne se sont jamais remis de la ponction de 2017 ; ils ont perdu leurs cadres, leurs élus, leurs militants, et surtout leur raison d'être.

En gouvernant 'et de droite et de gauche', Macron a brouillé les repères idéologiques traditionnels. Réforme du code du travail (droite), suppression de l'ISF (droite), augmentation du minimum vieillesse (gauche), prime d'activité (gauche) : le 'en même temps' permanent rend illisible le clivage gauche/droite qui structurait la vie politique depuis deux siècles. Pour une partie de l'électorat, cette illisibilité confirme que les différences entre partis de gouvernement sont superficielles, et que seuls les 'extrêmes' proposent une alternative réelle.

« *Le macronisme a achevé la Ve République telle que nous la connaissions. En fusionnant la droite et la gauche de gouvernement, il a créé un bloc central bourgeois face auquel se dressent désormais deux blocs populaires antagonistes. La politique française est devenue triangulaire.* »

Pascal Perrineau, politologue, Sciences Po Paris

Partie III — La transformation de l'écosystème informationnel

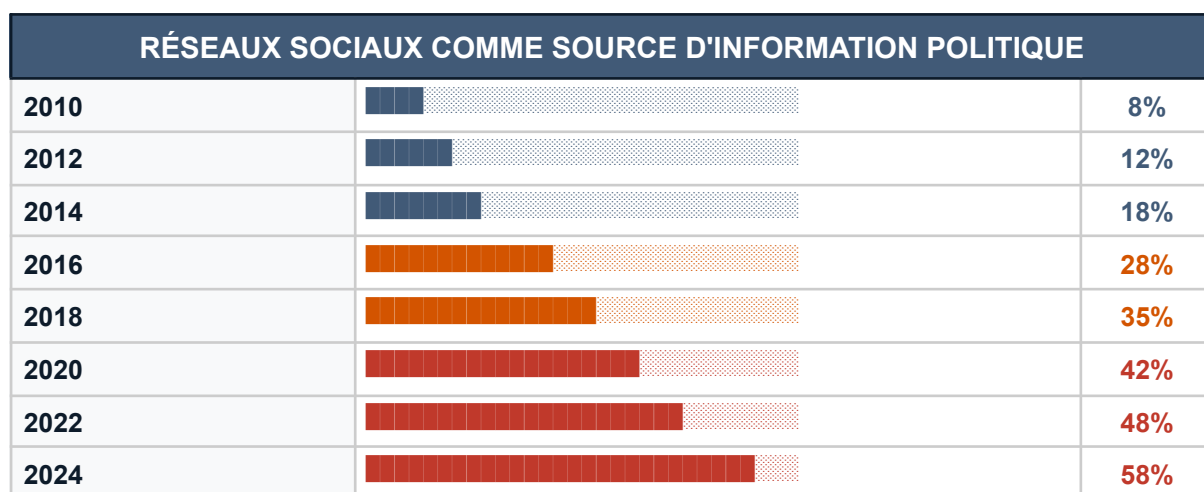
3.1 Le basculement vers les réseaux sociaux : données longitudinales

La période 2010-2024 a vu une transformation radicale des modes d'accès à l'information des Français. Les données du Baromètre La Croix/Kantar, dont nous présentons une série longue, permettent de mesurer l'ampleur de ce basculement.

SOURCES D'INFORMATION POLITIQUE DES FRANÇAIS — BAROMÈTRE LA CROIX/KANTAR						
SOURCE D'INFORMATION	2010	2014	2018	2022	2024	Δ
Journal télévisé (20h)	72%	62%	48%	40%	35%	-37 pts
Radio (matinales, flashes)	35%	30%	24%	20%	18%	-17 pts
Presse écrite (quotidiens, magazines)	28%	20%	14%	10%	8%	-20 pts
Sites d'information en ligne	22%	32%	38%	40%	38%	+16 pts
Réseaux sociaux (Facebook, X, Instagram...)	8%	18%	35%	48%	58%	+50 pts
YouTube, podcasts, Twitch	3%	8%	22%	35%	42%	+39 pts
Messageries (WhatsApp, Telegram, Signal)	—	4%	12%	22%	28%	+24 pts

[Source : Baromètre La Croix/Kantar — 'Les Français et les médias', enquêtes annuelles 2010-2024]

Le JT du 20h, qui était regardé par 72% des Français comme source d'information en 2010, n'est plus cité que par 35% d'entre eux en 2024. Symétriquement, les réseaux sociaux sont passés de 8% à 58% sur la même période. Ce renversement des sources d'information constitue probablement la transformation médiatique la plus profonde depuis l'avènement de la télévision dans les années 1960.



[Source : Compilation Baromètre La Croix/Kantar, Reuters Digital News Report]

Ce basculement n'est pas socialement neutre. Les catégories qui ont le plus massivement abandonné les médias traditionnels au profit des réseaux sociaux — les jeunes, les non-diplômés, les catégories populaires — sont aussi celles qui ont le plus fortement basculé vers le vote pour les extrêmes. La corrélation ne prouve pas la causalité, mais elle suggère que les deux phénomènes sont intimement liés.

Il faut aussi noter l'émergence des messageries privées (WhatsApp, Telegram, Signal) comme vecteur d'information politique : de quasi-inexistantes en 2010, elles concernent désormais 28% des Français. Ces espaces, par définition fermés et non modérés, échappent à tout contrôle éditorial et constituent des chambres d'écho particulièrement étanches.

3.2 L'effondrement de la confiance institutionnelle

La transformation des sources d'information s'accompagne d'une crise de confiance généralisée envers les institutions — médiatiques, politiques, et même scientifiques.

EFFONDREMENT DE LA CONFIANCE INSTITUTIONNELLE — BAROMÈTRE CEVIPOF/SCIENCES PO							
INSTITUTION	2009	2012	2015	2018	2021	2024	Δ
Médias	48%	44%	38%	32%	26%	22%	-26
Partis politiques	18%	14%	11%	9%	11%	10%	-8

Assemblée nationale	42%	38%	32%	28%	30%	26%	-16
Président de la République	45%	35%	22%	32%	35%	28%	-17
Syndicats	35%	32%	28%	26%	30%	28%	-7
Grandes entreprises	38%	35%	32%	35%	38%	35%	-3
Scientifiques / Experts	82%	80%	75%	72%	65%	62%	-20
Police / Gendarmerie	68%	72%	70%	68%	62%	58%	-10

[Source : CEVIPOF/Sciences Po — Baromètre de la confiance politique, vagues 2009-2024]

La confiance dans les médias a chuté de 48% à 22% en quinze ans, soit une division par plus de deux. La confiance dans les partis politiques stagne autour de 10%, un niveau parmi les plus bas d'Europe. Plus inquiétant encore : la confiance dans les scientifiques, traditionnellement élevée en France, s'érode significativement (-20 points depuis 2009), signe d'une crise de l'autorité épistémique qui dépasse largement le champ politique stricto sensu.

CONFIANCE DANS LES MÉDIAS — EFFONDREMENT		
2009		48%
2012		44%
2015		38%
2018		32%
2021		26%
2024		22%

[Source : CEVIPOF/Sciences Po — Baromètre de la confiance politique]

Cette crise de confiance crée un terreau favorable aux contenus 'alternatifs' et 'anti-système' abondamment diffusés sur les réseaux sociaux. Quand les institutions traditionnelles — médias, partis, experts — ne sont plus créditées, l'espace s'ouvre pour des sources qui se présentent comme extérieures au 'système' et détentrices de 'vérités cachées' que les élites cherchent à dissimuler.

« Nous sommes entrés dans l'ère de la post-vérité, où les faits objectifs ont moins d'influence sur l'opinion publique que les appels à l'émotion et aux croyances personnelles. Ce n'est pas que les gens ne croient plus en rien ; c'est qu'ils ne croient plus les mêmes choses. »

Ralph Keyes, *The Post-Truth Era*, 2004

Partie IV — Les mécanismes algorithmiques de la polarisation

4.1 La thèse des bulles de filtre : genèse et réception

En 2011, Eli Pariser, militant et entrepreneur du web, publie 'The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You'. L'ouvrage formule une thèse qui va structurer le débat public sur les effets démocratiques d'Internet pour la décennie suivante.

« Une bulle de filtre est votre propre univers unique d'information dans lequel vous vivez en ligne. Ce qui s'y trouve dépend de qui vous êtes, et il est impossible de savoir ce qui en est exclu. Vous ne choisissez pas d'y entrer — et vous ne pouvez pas en sortir. »

Eli Pariser, *The Filter Bubble*, 2011

L'argument central de Pariser : la personnalisation algorithmique des contenus en ligne crée des 'bulles de filtre' qui isolent chaque utilisateur dans un univers informationnel sur mesure, le privant de l'exposition aux idées et opinions divergentes nécessaires à la délibération démocratique. Trois caractéristiques distinguent ces bulles des formes antérieures de biais médiatique : vous êtes seul dans votre bulle (contrairement au biais d'un journal qui touche tous ses lecteurs) ; la bulle est invisible (vous ne savez pas ce qui est filtré) ; vous n'avez pas choisi d'y entrer (elle s'impose par défaut).

Cette thèse a connu une résonance considérable dans le débat public, particulièrement après le Brexit et l'élection de Donald Trump en 2016, deux événements que beaucoup ont attribués en partie aux bulles de filtre et à la désinformation sur les réseaux sociaux. Elle a toutefois fait l'objet de critiques empiriques importantes qu'il convient de présenter.

4.2 État de la recherche académique

La recherche sur les effets des algorithmes et des réseaux sociaux sur la polarisation politique a considérablement progressé depuis 2011. Le tableau suivant synthétise les principales études et leurs conclusions.

ÉTAT DE LA RECHERCHE ACADÉMIQUE — ÉTUDES CLÉS		
ÉTUDE / AUTEURS	TYPE	RÉSULTATS PRINCIPAUX ET LIMITES
Pariser, The Filter Bubble (2011)	Théorique	Théorisation fondatrice des bulles de filtre. La personnalisation algorithmique isole chaque utilisateur dans un univers informationnel unique, invisible et non choisi. Très influent sur le débat public mais critique d'être davantage un essai qu'une démonstration empirique.
Bakshy et al., Science (2015)	Empirique	Étude Facebook sur 10M d'utilisateurs américains. L'algorithme réduit l'exposition au contenu cross-cutting de 5-8%. Effet réel mais modéré. Conclusion : les choix individuels (amis, clics) comptent plus que l'algorithme. Critique : données Facebook, conflit d'intérêts.
Vosoughi, Roy & Aral, Science (2018)	Empirique	Analyse de 126 000 cascades de diffusion sur Twitter (2006-2017). Les fausses informations se propagent 6x plus vite et touchent des audiences plus larges que les vraies. Mécanisme : la nouveauté émotionnelle favorise le partage. Résultat très robuste.
Bail et al., PNAS (2018)	Expérimental	Expérience randomisée : exposer des utilisateurs Twitter à des comptes défendant des positions opposées augmente leur polarisation plutôt que de la réduire. Effet backfire. Particulièrement marqué chez les républicains. Implication : l'exposition à la diversité peut être contre-productive.
Allcott & Gentzkow, JEP (2017)	Empirique	Quantification des fake news pendant l'élection US 2016. 760M impressions pour de fausses histoires. Asymétrie : 3x plus de fausses nouvelles pro-Trump que pro-Clinton. Effet sur le vote estimé faible mais non nul (~0.1% de l'électorat).
Guess et al., Science (2023)	Expérimental	Désactivation de Facebook pendant 4 semaines avant l'élection 2020. Résultat : utilisateurs moins informés mais pas moins polarisés. Suggère que les effets de polarisation ne sont pas à court terme ou sont compensés par d'autres mécanismes.
Meta 2023 US Election Studies	Expérimental	4 études expérimentales publiées dans Science/Nature. Réduire les contenus politiques algorithmiques ou passer en feed chronologique ne réduit pas la polarisation mesurée (court terme). Interprétation : effets à long terme, cumulatifs, ou mécanismes non capturés.
González-Bailón & Lelkes, POQ (2023)	Méta-analyse	Synthèse de la littérature. Effets des RS sur la polarisation : réels mais hétérogènes. Dépendent fortement du contexte (pays, système médiatique) et des caractéristiques individuelles (engagement politique préalable, éducation). Pas d'effet uniforme.

[Source : Compilation études publiées dans Science, Nature, PNAS, POQ 2015-2024]

Ces études permettent de dégager plusieurs conclusions robustes. Premièrement, les bulles de filtre existent : la personnalisation algorithmique réduit effectivement l'exposition à des contenus idéologiquement divergents. Deuxièmement, l'effet est modéré par les choix individuels : qui on suit, sur quoi on clique, compte au moins autant que l'algorithme. Troisièmement, la désinformation se propage plus vite que l'information vérifiée (étude Vosoughi 2018). Quatrièmement — et c'est peut-être le résultat le plus contre-intuitif —, l'exposition aux arguments adverses peut augmenter plutôt que réduire la polarisation (étude Bail 2018).

Les études les plus récentes (Meta 2023, Guess 2023) apportent des nuances supplémentaires : modifier les algorithmes ou désactiver temporairement les plateformes ne réduit pas la polarisation à court terme. Ces résultats ne réfutent pas la thèse de Pariser mais en complexifient l'interprétation : les effets peuvent être à long terme, cumulatifs, ou opérer via des mécanismes non capturés par les expériences de courte durée.

4.3 Mécanismes techniques : de la technologie à la politique

Au-delà des débats académiques, il est utile de comprendre précisément les mécanismes techniques par lesquels les algorithmes des plateformes peuvent influencer le débat politique.

MÉCANISMES ALGORITHMIQUES DE POLARISATION — ANALYSE TECHNIQUE		
MÉCANISME	FONCTIONNEMENT TECHNIQUE	EFFET POLITIQUE DOCUMENTÉ
1. Optimisation engagement	Fonction objectif : max(likes + comments + shares + dwell_time). Apprentissage continu via ML. Contenus à score élevé amplifiés dans le feed.	Contenus émotionnels (colère, peur, indignation) génèrent 5x plus d'engagement (Facebook Files 2021). Amplification structurelle des discours de rupture et d'outrance.
2. Filtrage collaboratif	Recommandation par similarité comportementale : 'Users who liked X also liked Y'. Regroupement implicite par affinité. Matrix factorization, embeddings.	Formation de clusters idéologiques homogènes. Réduction de l'exposition aux opinions divergentes. Construction progressive de 'bulles de filtre'.
3. Rabbit holes	Autoplay et recommandations en cascade optimisées pour	Radicalisation documentée : passage de contenus mainstream à contenus

	maximiser session_time. Chaque vidéo recommande une vidéo plus 'engageante'.	conspirationnistes en 5-10 clics (Guillaume Chaslot, ex-YouTube, 2019).
4. Viralité asymétrique	Effet boule de neige : contenus dépassant un seuil d'engagement initial propagés exponentiellement. Pas de friction à la rediffusion.	Fake news 6x plus virales que vraies (Vosoughi et al., Science, 2018). Avantage structurel à la désinformation et au sensationnalisme.
5. Micro-targeting	Ciblage publicitaire par profil psychographique (Big Five, Ocean). Dark posts visibles uniquement par segments ciblés. Lookalike audiences.	Messages contradictoires à électorats différents. Cambridge Analytica : 87M profils exploités. Fragmentation du débat public commun.
6. Amplification des élites	Comptes vérifiés, personnalités publiques sur-représentés dans les recommandations. Métriques de vanité (followers) comme signal de crédibilité.	Avantage aux figures clivantes et aux 'clashes'. Mélenchon, Le Pen, Zemmour parmi les politiques les plus engageants sur Twitter.
7. Effet de réseau	Valeur de la plateforme $\propto n^2$ (loi de Metcalfe). Lock-in des utilisateurs. Coût de sortie social élevé. Tendance aux monopoles naturels.	Concentration extrême : Meta (FB+IG+WA) = 80% du marché RS en France. Pouvoir sans précédent sur l'accès à l'information.
8. Gamification	Likes, followers, viralité comme métriques de validation sociale. Variable ratio rewards. Dopamine loops. Notifications push calibrées.	Temps moyen RS : 2h17/jour France (2024). Surexposition aux contenus polarisants. Réduction de la capacité d'attention critique.

[Source : Facebook Files (WSJ 2021), témoignages lanceurs d'alerte, études académiques citées]

Ces mécanismes ne sont pas des 'bugs' mais des 'features' : ils découlent logiquement de la fonction objectif des plateformes, qui est de maximiser le temps passé et l'engagement pour vendre davantage de publicité. L'algorithme n'a pas d'intention politique ; mais ses effets politiques sont réels. En favorisant structurellement les contenus émotionnels, en regroupant les utilisateurs par affinité, en amplifiant la viralité sans considération de véracité, il crée un environnement informationnel qui avantage mécaniquement les discours de rupture, d'indignation et de polarisation.

Partie V — Études de cas

5.1 Les Gilets Jaunes : un mouvement né sur Facebook

Le mouvement des Gilets Jaunes, qui a secoué la France de novembre 2018 à mi-2019, constitue un cas d'école de mobilisation sociale à l'ère des réseaux sociaux.

ÉTUDE DE CAS : LES GILETS JAUNES (2018-2019)	
DIMENSION	ANALYSE
Genèse numérique	Pétition en ligne (mai 2018), puis vidéo virale Jacline Mouraud (oct. 2018, 6M vues). Appel à bloquer les routes le 17 novembre lancé sur Facebook. Aucune organisation syndicale ou partisane à l'origine.
Coordination	Des milliers de groupes Facebook locaux créés spontanément. À leur pic : 2,5M de membres cumulés dans les groupes GJ. Événements Facebook pour les blocages. Diffusion décentralisée des lieux et horaires.
Amplification algo	Contenus GJ massivement amplifiés : vidéos de blocages, témoignages, violences policières. Engagement émotionnel très élevé. Facebook = chambre d'écho du mouvement, alimentant la mobilisation.
Radicalisation	Évolution progressive des revendications (taxe carburant → RIC → démission Macron). Infiltration de contenus complotistes dans les groupes. Algorithme amplifiant les contenus les plus radicaux.
Profil sociologique	Enquête 'Collectif Quantité Critique' : 33% employés, 14% ouvriers, 10% artisans/commerçants. 70% femmes parmi les initiateurs locaux. Médiane d'âge : 45 ans. France périurbaine et rurale surreprésentée.
Débouché politique	Aucun débouché électoral direct. Tentatives de listes aux européennes 2019 : échec (<1%). Mouvement capté indirectement par le RN (défiance anti-élites) et LFI (justice sociale). Mais pas de traduction partisane.
Enseignements	Démonstration de la capacité des RS à faire émerger un mouvement social massif hors des structures traditionnelles. Mais aussi de leurs limites : facilité de mobilisation / difficulté d'institutionnalisation.

[Source : Enquête 'Collectif Quantité Critique', observatoire des Gilets Jaunes ; analyses presse]

Le mouvement est né d'une pétition en ligne contre la hausse des taxes sur les carburants, relayée par une vidéo virale de Jacline Mouraud (6 millions de vues). L'appel à bloquer les routes le 17 novembre 2018 s'est propagé via des groupes Facebook locaux, sans aucune organisation syndicale ou partisane à l'origine. À leur pic, plus de 2,5 millions de Français étaient membres de groupes Facebook Gilets Jaunes.

Les algorithmes de Facebook ont joué un rôle central dans l'amplification du mouvement. Les contenus Gilets Jaunes — vidéos de blocages, témoignages personnels, images de violences policières — généraient un engagement émotionnel très élevé et étaient donc massivement promus dans les feeds. Facebook est devenu la chambre d'écho du mouvement, permettant sa coordination décentralisée mais alimentant aussi sa radicalisation progressive.

L'absence de structure organisationnelle, si elle a permis l'émergence rapide du mouvement, a aussi constitué sa limite : aucun débouché politique durable. Les tentatives de listes aux européennes 2019 ont échoué (<1%). Le mouvement a été capté indirectement par le RN et LFI, mais sans traduction partisane directe.

5.2 Éric Zemmour : une candidature construite par les médias

La candidature d'Éric Zemmour à l'élection présidentielle de 2022 illustre la capacité des médias — télévision et réseaux sociaux combinés — à construire une figure politique ex nihilo.

ÉTUDE DE CAS : ÉRIC ZEMMOUR (2019-2022)	
DIMENSION	ANALYSE
Construction médiatique	Chroniqueur sur CNews (groupe Bolloré) à partir de 2019. Émission 'Face à l'info' quotidienne. Audience CNews multipliée par 3 en 2 ans. Condamnations pour incitation à la haine (2011, 2022) sans effet sur l'exposition.
Viralité RS	Extraits CNews systématiquement clippés et diffusés sur Twitter, YouTube, Facebook. Contenus polémiques = engagement maximal. Chaîne YouTube : 500K abonnés avant annonce candidature. Stratégie 'earned media' : faire parler sans payer.
Profil de l'audience	Électorat Zemmour 2022 : 59% hommes, surreprésentation CSP+, retraités patrimoniaux, catholiques pratiquants. Différent du RN (plus populaire, plus féminin, plus jeune). Droite radicale 'bourgeoise'.
Mécanismes algo	Recommandations YouTube après vidéos politiques mainstream → contenus Zemmour en quelques clics. Phénomène de 'rabbit hole' documenté. Zemmour parmi les politiques avec le meilleur ratio engagement/follower.
Pic et déclin	Pic dans les sondages : 18% en novembre 2021. Score final T1 : 7,1%. Déclin lié à la campagne de terrain (gaffes, agressions), aux limites du 'tout médiatique', et à la concurrence Le Pen sur l'électorat cible.

Enseignements	Démonstration qu'une candidature peut être construite quasi-exclusivement via l'exposition médiatique (TV + RS). Mais aussi des limites : le passage de l'audience à l'électorat n'est pas automatique.
----------------------	---

[Source : Analyses de campagne, données Social Blade, études presse]

Chroniqueur sur CNews à partir de 2019, Zemmour a bénéficié d'une exposition télévisuelle massive et quotidienne. Ses interventions polémiques, clippées et diffusées sur les réseaux sociaux, généraient systématiquement un engagement très élevé — qu'il s'agisse d'approbation enthousiaste ou d'indignation scandalisée. L'algorithme, qui ne distingue pas le 'bon' engagement du 'mauvais', les amplifiait indifféremment.

Le phénomène de 'rabbit hole' a été particulièrement documenté pour Zemmour : un utilisateur regardant une vidéo politique mainstream sur YouTube se voyait recommander, en quelques clics, des contenus de plus en plus radicaux, jusqu'aux interventions les plus polémiques de Zemmour. Ce mécanisme a contribué à élargir son audience bien au-delà du cercle des convaincus.

Le déclin de Zemmour (de 18% dans les sondages en novembre 2021 à 7,1% au premier tour) illustre toutefois les limites du 'tout médiatique' : le passage de l'audience à l'électorat n'est pas automatique, et la campagne de terrain a révélé des faiblesses que l'exposition médiatique avait masquées.

Partie VI — Implications démocratiques et recommandations

6.1 Les enjeux pour la démocratie française

La transformation algorithmique de l'espace public pose des questions fondamentales pour la démocratie. La théorie démocratique classique, de Habermas à Rawls, accorde une place centrale à la délibération : le processus par lequel des citoyens exposés à des arguments contradictoires forment leur jugement politique. Cette délibération suppose des conditions aujourd'hui fragilisées.

Elle suppose d'abord un espace public commun où les différentes positions peuvent se rencontrer. Or, les réseaux sociaux fragmentent cet espace en archipels non communicants. L'utilisateur TikTok pro-Bardella et l'utilisateur Twitter militant LFI n'ont littéralement plus aucune information en commun ; ils ne voient pas les mêmes faits, ne sont pas exposés aux mêmes arguments, ne partagent pas les mêmes références.

Elle suppose ensuite des sources d'information partagées servant de base factuelle commune à la discussion. Or, la crise de confiance dans les médias traditionnels et la prolifération de sources 'alternatives' rendent cette base factuelle de plus en plus précaire. Quand chacun a 'ses' faits, le débat devient impossible.

Elle suppose enfin une capacité d'écoute des arguments adverses. Or, l'exposition aux arguments de l'adversaire via les réseaux sociaux tend à renforcer plutôt qu'à atténuer la polarisation. Les arguments adverses, décontextualisés, présentés sous leur forme la plus caricaturale par des comptes militants, sont perçus comme confirmation de l'irrationalité ou de la mauvaise foi de l'autre camp.

« La démocratie exige un certain degré d'expériences partagées et d'exposition non choisie à des idées et des informations que l'on n'aurait pas sélectionnées. Sans cela, une société hétérogène aura beaucoup de mal à s'attaquer aux problèmes sociaux, et les gens pourront même avoir du mal à se comprendre mutuellement. »

Cass Sunstein, #Republic, 2017

Conclusion

Ce livre blanc a documenté la transformation profonde du paysage politique français et son intrication avec la révolution algorithmique de l'espace informationnel. Les données sont sans appel : le vote pour les formations situées aux extrêmes de l'échiquier politique a presque doublé en vingt ans, passant de 33% à plus de 60% des suffrages exprimés. Dans le même temps, les réseaux sociaux sont devenus la source principale d'information politique des Français, tandis que la confiance dans les médias traditionnels s'effondrait.

Nous avons montré que ces deux phénomènes, sans être liés par une causalité simple et mécanique, sont intimement corrélés et probablement en interaction. Les mécanismes algorithmiques des plateformes — optimisation de l'engagement, filtrage par homophilie, amplification virale — créent un environnement informationnel structurellement favorable aux discours de rupture et de polarisation. Ils ont permis au Rassemblement National et à La France Insoumise de contourner les gatekeepers traditionnels et de construire des audiences massives.

Pour autant, ce livre blanc s'est efforcé de présenter honnêtement les nuances et les incertitudes de la recherche. Les études les plus récentes montrent que la relation entre algorithmes et polarisation est complexe, non linéaire, et médiatisée par de nombreux facteurs. Les choix individuels, les transformations socio-économiques, les dynamiques politiques propres à chaque pays jouent un rôle au moins aussi important. Il serait réducteur — et politiquement commode — d'attribuer la montée des extrêmes à la seule technologie.

L'enjeu n'est pas de diaboliser les réseaux sociaux ni de fantasmer un retour à un âge d'or médiatique qui n'a probablement jamais existé. Il est de comprendre les mécanismes à l'œuvre pour pouvoir agir sur eux. La régulation des plateformes, le renforcement de l'éducation aux médias, le soutien au journalisme de qualité, le développement de la recherche indépendante sont autant de leviers disponibles.

La démocratie française a traversé de nombreuses crises depuis 1789. Elle peut survivre à sa transformation numérique. Mais cela suppose de prendre au sérieux les effets politiques des algorithmes, d'investir dans leur compréhension, et de se donner

les moyens de les gouverner démocratiquement. Car c'est bien de cela qu'il s'agit : gouverner les algorithmes, avant qu'ils ne nous gouvernent.

« *Les algorithmes sont les nouvelles institutions de la démocratie. Comme toutes les institutions, ils peuvent la servir ou la miner. Tout dépend de la manière dont nous choisissons, collectivement, de les gouverner.* »

Lawrence Lessig, juriste, Harvard Law School



OBSERVIA — Livre Blanc — Janvier 2026

Annexes

Annexe A — Méthodologie et sources

Ce livre blanc s'appuie sur les sources suivantes, toutes accessibles et vérifiables :

- Données électorales : Ministère de l'Intérieur, résultats officiels des scrutins présidentiels (2002, 2007, 2012, 2017, 2022) et législatifs (2024). Accessibles sur www.interieur.gouv.fr/Elections.
- Sondages jour du vote : IFOP, IPSOS, Harris Interactive, OpinionWay. Échantillons représentatifs de 3000 à 5000 répondants, méthode des quotas, redressement sur vote déclaré. Marges d'erreur : $\pm 1,5$ à ± 2 points.
- Données réseaux sociaux : Médiamétrie, We Are Social/Hootsuite (Digital Report annuel), Reuters Institute (Digital News Report), Statista.
- Baromètre confiance : CEVIPOF/Sciences Po, enquêtes annuelles depuis 2009, échantillons de 2000+ répondants, panels en ligne représentatifs.
- Baromètre médias : La Croix/Kantar, enquêtes annuelles depuis 1987, échantillons représentatifs de 1500 répondants.
- Littérature académique : Publications dans Science, Nature, PNAS, Political Communication, Journal of Communication, American Political Science Review, Réseaux, Politix. Sélection des études les plus citées et méthodologiquement robustes.

Les estimations et projections sont signalées comme telles. Les corrélations présentées ne prétendent pas établir des relations causales univoques.

Annexe B — Bibliographie sélective

ALGAN Y. & CAHUC P. (2007). La société de défiance : Comment le modèle social français s'autodétruit. Éditions Rue d'Ulm.

BAKSHY E., MESSING S. & ADAMIC L. (2015). 'Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook'. Science, 348(6239), 1130-1132.

BAIL C. et al. (2018). 'Exposure to opposing views on social media can increase political polarization'. PNAS, 115(37), 9216-9221.

CARDON D. (2019). Culture numérique. Presses de Sciences Po.

FOURQUET J. (2019). L'Archipel français : Naissance d'une nation multiple et divisée. Seuil.

GUESS A. et al. (2023). 'How do social media feed algorithms affect attitudes and behavior in an election campaign?' Science, 381(6656), 398-404.

HABERMAS J. (1962/1988). L'Espace public : Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise. Payot.

PARISER E. (2011). The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. Penguin Press.

PERRINEAU P. (2017). Cette France de gauche qui vote FN. Seuil.

SUNSTEIN C. (2017). #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton University Press.

VOSOUGHI S., ROY D. & ARAL S. (2018). 'The spread of true and false news online'. Science, 359(6380), 1146-1151.

Annexe C — Glossaire

Bulle de filtre (Filter bubble) : Environnement informationnel personnalisé créé par les algorithmes de recommandation, tendant à isoler l'utilisateur des informations et opinions divergentes de ses préférences initiales.

Chambre d'écho (Echo chamber) : Espace social — numérique ou physique — dans lequel les individus ne sont exposés qu'à des opinions similaires aux leurs, renforçant par répétition leurs convictions préexistantes.

Polarisation affective : Hostilité croissante envers les partisans du camp politique adverse, distincte de la polarisation idéologique (divergence des positions sur les enjeux). Mesurée par les 'thermomètres de sympathie' inter-partisans.

Engagement : Ensemble des métriques d'interaction utilisées par les plateformes pour évaluer la performance des contenus et des comptes : likes, commentaires, partages, temps passé, clics, conversions.

Filtrage collaboratif : Technique algorithmique de recommandation fondée sur les comportements d'utilisateurs jugés similaires. Principe : 'les utilisateurs qui ont aimé X aiment aussi Y'.

Rabbit hole : Métaphore désignant la succession de recommandations algorithmiques menant progressivement l'utilisateur vers des contenus de plus en plus extrêmes, spécialisés ou conspirationnistes.

DSA (Digital Services Act) : Règlement européen sur les services numériques adopté en 2022 et entré en application en 2024, imposant des obligations de transparence, de modération et d'évaluation des risques aux très grandes plateformes.