

07 – 2026

ÉTUDE

Corps et réseaux sociaux

la fabrique ordinaire du mal-être

–Sophie Ferreira
–Benoît Heilbrunn

FONDATION
april

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS

Sophie Ferreira est déléguée générale
de la Fondation APRIL.

Benoît Heilbrunn est codirecteur de l'Observatoire
Marques, imaginaires de la consommation et politique
de la Fondation Jean-Jaurès, philosophe et professeur à
ESCP Business School.

Introduction

Depuis 2023, la Fondation APRIL mobilise les sciences comportementales pour mieux comprendre les mécanismes qui influencent les comportements de santé des jeunes de 18 à 25 ans. Après avoir étudié le rapport à la prévention des jeunes et soutenu de nombreuses initiatives, elle a choisi d'aller questionner la santé là où les jeunes la vivent réellement : sur les réseaux sociaux.

Alors que le débat public se focalise sur les dérives les plus visibles des réseaux sociaux (cyberharcèlement, désinformation, contenus extrêmes, etc.), une transformation moins spectaculaire, moins visible, mais beaucoup plus impactante, se joue : celle de la répétition et de la mise en visibilité algorithmique de contenus ordinaires et socialement valorisés qui, au quotidien, façonnent les normes corporelles et produisent des effets délétères sur la santé.

C'est précisément ce point aveugle que la Fondation APRIL a choisi d'investir en partenariat avec la Fondation Jean-Jaurès.

Pour explorer cette « toxicité invisible », la Fondation APRIL a déployé un dispositif inédit, combinant cinq approches complémentaires : une revue de littérature

scientifique internationale (plus de quarante publications académiques post-2020) pour cartographier l'état de la recherche et ses angles morts ; une ethnographie au cœur des flux numériques ; une enquête quantitative menée par l'Ifop¹ auprès d'un échantillon de 2 000 jeunes (France métropolitaine) de 15 à 24 ans ; des entretiens avec des experts (psychiatres, sociologues, économistes, philosophes) ; et des *focus groups* de jeunes. C'est ce croisement des regards – scientifique, ethnographique, statistique et expert – qui permet de documenter un phénomène jusqu'ici peu mesuré, et d'en tirer des pistes de prévention renouvelées.

L'ethnographie numérique a exploré plusieurs plateformes (TikTok, Instagram, Snapchat, YouTube), avec une attention particulière portée à TikTok, plateforme la plus consultée par les jeunes.

Les verbatims présentés dans cette étude sont issus de ces *focus groups* (les prénoms des jeunes interrogés ont été changés) et des entretiens d'experts. Les visuels utilisés proviennent du cahier-expert² de la Fondation APRIL et de la cartographie des contenus réalisée à partir de l'ethnographie numérique.

1. « Réseaux sociaux et santé des jeunes : entre influence, exposition aux risques et prévention », enquête Ifop pour la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès, juin 2026.

2. *Santé, réseaux sociaux et contenus ordinaires : les mécanismes de la toxicité invisible*, Les cahiers-experts de la Fondation APRIL, juillet 2026.

La toxicité invisible

La plupart des inquiétudes suscitées aujourd'hui par les réseaux sociaux se concentrent sur leurs manifestations les plus visibles : âge d'accès, temps d'écran, discours haineux, désinformation, cyberharcèlement, contenus explicitement dangereux, etc. Ces phénomènes occupent légitimement l'essentiel du débat public, car ils sont spectaculaires, identifiables, et appellent des réponses immédiates.

83 % des 11-17 ans utilisent quotidiennement les réseaux sociaux.
96 % des 18-24 ans les consultent chaque jour.
30,4 % des personnes âgées de 18 à 24 ans y passent au moins 6 heures par jour.
29,6 % des 18-24 ans s'y connectent plusieurs fois par heure.

Sources : Anses¹, 2025 ; Arcom, 2025² ; Insee³.

Quand un environnement occupe plusieurs heures par jour l'existence de millions de jeunes, il cesse d'être un simple média. Les réseaux sociaux occupent désormais une place comparable à celle de l'école ou des espaces de sociabilité. Les jeunes y construisent leurs relations, leurs références culturelles, leurs représentations du corps, de la santé et de la réussite.

Cette immersion prolongée s'accompagne de signaux sanitaires désormais bien documentés : augmentation des troubles anxieux et dépressifs, troubles des conduites alimentaires, rapport dégradé à l'image de soi, développement de pratiques d'autodiagnostic et d'automédication. Ces phénomènes ne relèvent plus de situations marginales. Dans notre enquête Ifop pour la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès, 83 % des jeunes de 15 à 24 ans déclarent avoir été exposés à des contenus présentant un risque potentiel pour la santé au cours des douze derniers mois. Plus encore, 77 % affirment avoir déjà modifié au moins un comportement après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux, et près de sept sur dix l'ont fait sans consulter

un professionnel de santé ou une personne de confiance. Cette influence est d'autant plus structurante qu'elle échappe largement au contrôle des utilisateurs eux-mêmes.

La focalisation sur les publications dangereuses tend à occulter un risque autrement plus diffus, mais sans doute plus profond. Le véritable danger ne réside pas dans les contenus marginaux ou extrêmes, mais dans les usages ordinaires. Des contenus légaux, souvent bienveillants, parfois même éducatifs, parlent aux jeunes de santé, de sport, d'alimentation, de sommeil et de développement personnel. Ils encouragent à s'améliorer, à « devenir la meilleure version de soi-même ». Ils n'imposent rien explicitement, mais orientent les aspirations et organisent les comparaisons : une influence diffuse, invisible d'autant plus puissante qu'elle se présente sous les traits de la liberté.

Tant que les réseaux sociaux seront appréhendés à travers leurs seuls excès visibles, les réponses publiques resteront inadaptées. L'enjeu n'est pas seulement de protéger les jeunes de certains contenus ou des effets du temps d'écran, mais de comprendre quel imaginaire du corps, de la santé et de la réussite se construit aujourd'hui sous leurs yeux. Un imaginaire dans lequel le corps devient un projet permanent, un chantier d'amélioration continue et la marque visible de la valeur personnelle.

C'est cette toxicité invisible, produite par des contenus ordinaires et socialement valorisés, que cette étude se propose d'analyser. Non pour diaboliser les réseaux sociaux, ni pour appeler à leur rejet, mais pour interroger les mécanismes à l'œuvre, leurs effets sanitaires et sociétaux, ainsi que les leviers d'action collective qu'ils appellent. Ce qui se joue ici dépasse largement la question des usages numériques. Il touche à la manière dont une société définit la santé, la valeur et la réussite, ainsi qu'aux conditions qu'elle offre aux jeunes pour habiter leur existence.

1. Usages des réseaux sociaux numériques et santé des adolescents. Connaître, évaluer, protéger, Avis de l'Anses, rapport d'expertise collective, décembre 2025.
2. Protection des mineurs en ligne : quels risques ? Quelles protections ?, Arcom, 25 septembre 2025.
3. Santé mentale et usages du numérique, Insee, octobre 2025.

Quand le bien-être fabrique le mal-être

Le travail d'ethnographie numérique conduit par la Fondation APRIL met en avant la manière dont des publications légitimes (conseils, témoignages, routines), dans lesquelles les jeunes ont de plus en plus confiance, opèrent un glissement vers des contenus plus spécialisés, plus exigeants, plus radicaux dans les prescriptions et invitent les individus à adopter des pratiques qui ont potentiellement des effets délétères sur la santé.

La santé des jeunes sous l'influence des réseaux sociaux

Cette dynamique est structurée par des influenceurs, renforcée par les pairs et organisée autour de récits

de transformation, de mise en scène de soi et de monétisation (coaching, programmes, produits) basée sur l'engagement.

« Je sais que personne m'oblige, mais à force de voir les mêmes vidéos, bah, t'as envie d'essayer aussi la crème qu'elles utilisent ou la recette de cuisine qui fait maigrir. » Pauline, 21 ans

À première vue, tout relève d'une même promesse : aller mieux. Les messages d'optimisation transforment des préoccupations ordinaires en impératifs permanents d'amélioration. Ces contenus s'inscrivent dans un continuum, allant de simples ajustements de mode de vie à des pratiques à risques sanitaires largement sous-estimés. Si plus des trois quarts des jeunes modifient leur comportement sous influence, près de sept sur dix le font sans avoir consulté un professionnel de santé ou une personne de confiance.

LA MODIFICATION DES COMPORTEMENTS APRÈS LE VISIONNAGE DE CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux, vous est-il déjà arrivé de... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

ONT DÉJÀ MODIFIÉ LEURS COMPORTEMENTS SOUS L'INFLUENCE DES RÉSEAUX SOCIAUX

77

Dont ont modifié leur pratique sportive

66

Dont ont modifié leur alimentation

54

Dont ont expérimenté une pratique à risque élevé

31

Dont ont adopté un comportement à risque sanitaire direct

26

ONT MODIFIÉ LEUR COMPORTEMENT SANS L'AVIS PRÉALABLE D'UN PROFESSIONNEL DE SANTÉ OU D'UNE PERSONNE DE CONFIANCE¹

69



Ces changements ne sont ni anecdotiques ni impulsifs : ils sont largement influencés par la répétition des contenus (59 %), la force des témoignages perçus comme authentiques (56 %) et la simplicité apparente des solutions proposées (48 %).

Quantification de la beauté féminine et obsession de la perfection

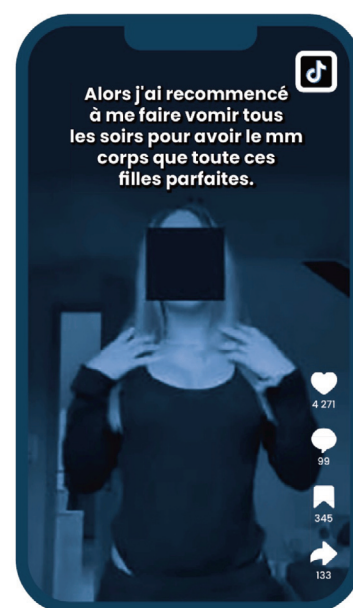
Mode, beauté, routine « skincare », alimentation, fitness... Près de la moitié des contenus proposés sur TikTok à une jeune femme de 16 ans sont centrés sur l'apparence physique. Le phénomène est particulièrement visible autour du visage et du poids. Perçues comme authentiques, les publications

valorisent des standards très codifiés : peau parfaite, traits symétriques, minceur, contrôle alimentaire. Récits personnels et formats viraux normalisent des pratiques de surconsommation de produits, d'intervention esthétique, de restriction alimentaire. S'installent une comparaison permanente, une quantification parfois obsessionnelle (être une « 10/10 »).

L'hyperfocalisation sur l'apparence conduit à une relation instrumentale au corps et l'insatisfaction corporelle devient chronique. 75 % des jeunes femmes de 16 à 21 ans se disent affectées par les contenus promouvant des corps idéalisés¹. Les données du sondage Ifop pour la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès montrent que cette pression ne se limite pas à des perceptions ponctuelles : les indices de comparaison corporelle et d'intériorisation des normes physiques chez les jeunes femmes atteignent des niveaux élevés, révélant un phénomène structurel.



Glass skin Fitspiration
Winter arc Body goal Gummies
Instagram face Lipfeelblindness 10/10
What i eat in a day Skin care
Clean girl Être à son prime Glow up
That girl Body tea Facemaxing



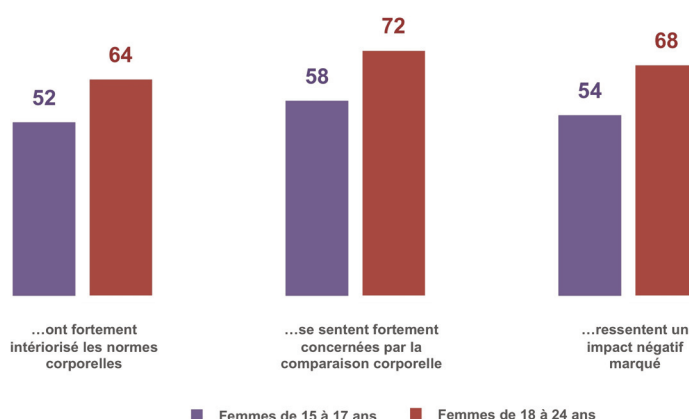
1. Enquête de l'institut Harris pour Amnesty International France dont les résultats sont publiés dans *Entraîné·e·s dans le « rabbit hole »*. De nouvelles preuves montrent les risques de TikTok pour la santé mentale des enfants, Amnesty International France, octobre 2025.

LES EFFETS RESSENTIS DES CONTENUS VUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX SUR L'IMAGE CORPORELLE ET LA PERCEPTION DE SOI

Q : À cause des contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux, vous arrive-t-il... ?

Base : femmes âgées de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1219)

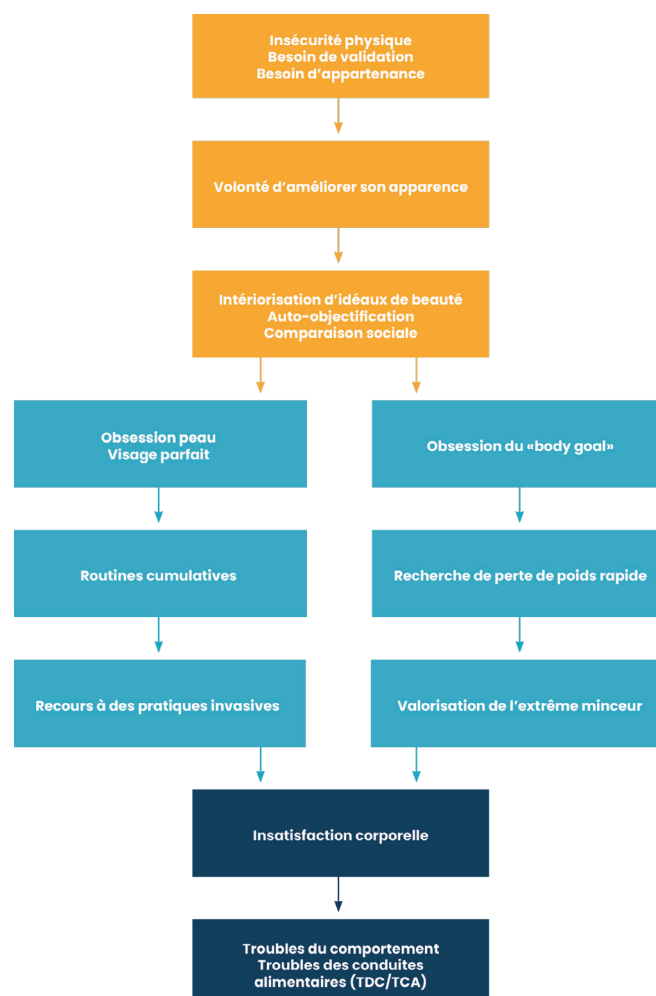
FEMMES DE 15 À 24 ANS AYANT UTILISÉ LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COURS DU DERNIER MOIS QUI, À CAUSE DES CONTENUS VUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, ...



ifop FONDATION april Fondation Jean Jaurès

La quête de perfection peut renforcer anxiété, épuisement psychique, troubles alimentaires, dysmorphophobie. Dans certains cas, elle peut amener à la consommation de médicaments « amaigrissants » sans ordonnance, voire sans certitude de provenance, au recours à des interventions esthétiques hors circuit médicalisé ou à des pratiques d'auto-mutilation.

« Les réseaux agissent comme des caisses de résonance, *via* leur logique de captation de l'attention redoublant la vulnérabilité propre à l'adolescence. En présentant des contenus de plus en plus ciblés, voire extrêmes, de manière répétée, les plateformes piègent les jeunes femmes dans une boucle de renforcement, où la minceur, le contrôle alimentaire, la performance corporelle deviennent des normes saturantes. La répétition crée l'évidence et l'évidence devient injonction. » Brigitte Remy, pédopsychiatre et psychothérapeute, Cahier-expert Fondation APRIL



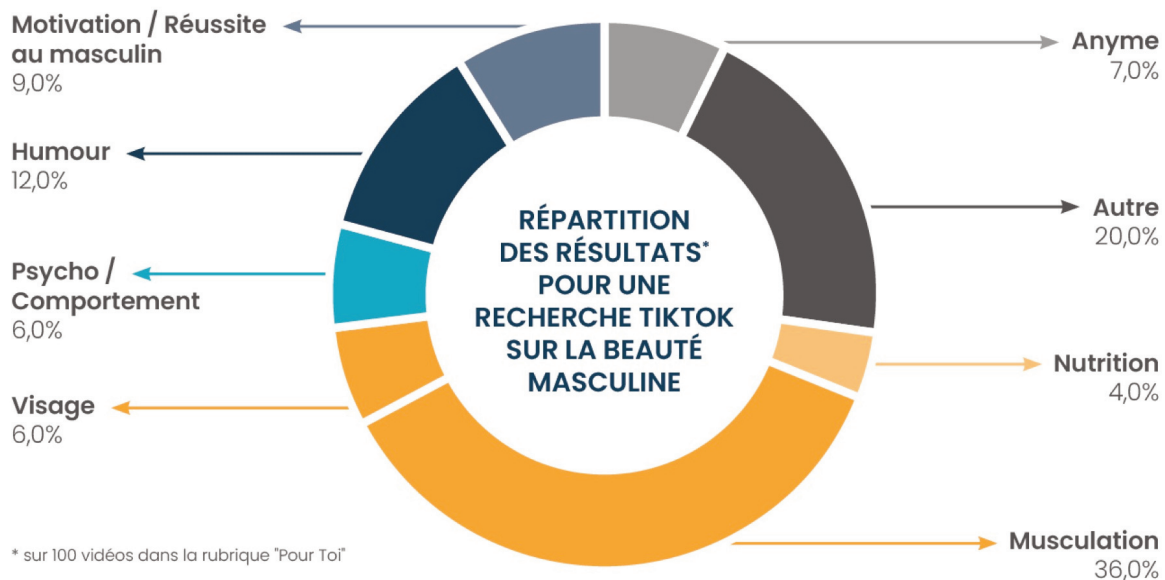
Masculinité essentialisée : la performance comme identité

Cette logique n'épargne pas les jeunes hommes. Les préoccupations corporelles apparaissent dès 12 ans et les premiers parcours de musculation émergent vers 15 ans, avant même l'accès légal aux salles de sport.

Dans les univers masculins, la transformation repose sur la performance musculaire. Les récits valorisent

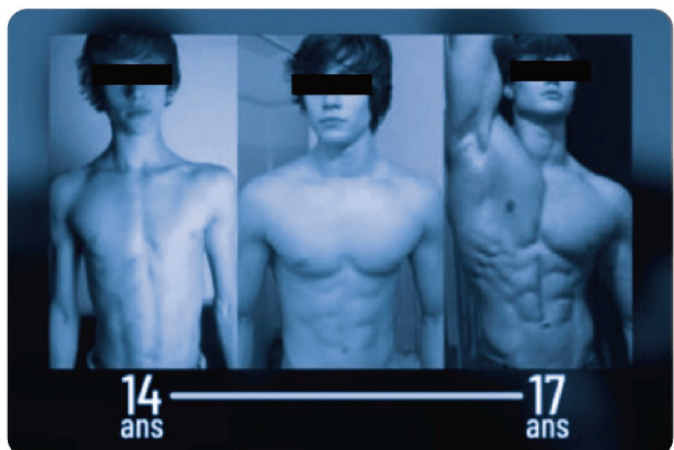
progression rapide, intensité et maîtrise de soi. La vulnérabilité disparaît au profit de la discipline et de la résistance. À travers le corps se lisent des qualités morales : force, détermination, capacité à endurer. La performance physique devient une métaphore de la réussite sociale.

Cette culture viriliste impose insidieusement des standards corporels hypertrophiés, parfois irréalistes, qui redéfinissent ce qu'un corps masculin « normal » est censé être. Dans ce contexte, l'écart entre le corps réel et le corps attendu devient difficile à tolérer. Il appelle des solutions.



franchement celui qui se charge intelligemment de 20ans à 40ans très peu de risque avec un suivie médical et pas faire n importe quoi avec une bonne diète et surtout l entraînement

2025-06-24 Répondre

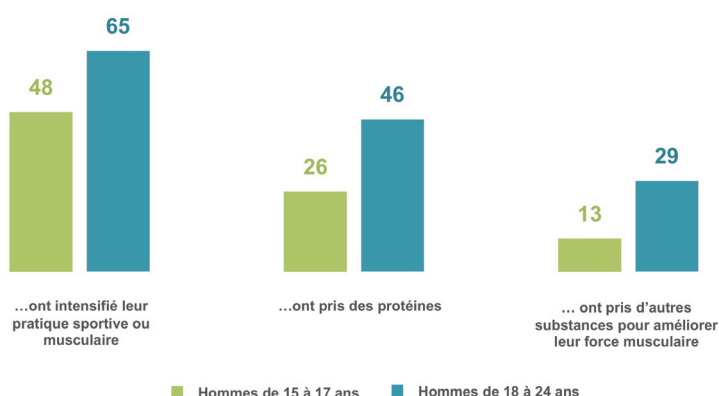


LES PRATIQUES SPORTIVES ET DE RENFORCEMENT MUSCULAIRE APRÈS EXPOSITION À DES CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux, vous est-il déjà arrivé de... ?

Base : hommes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (773)

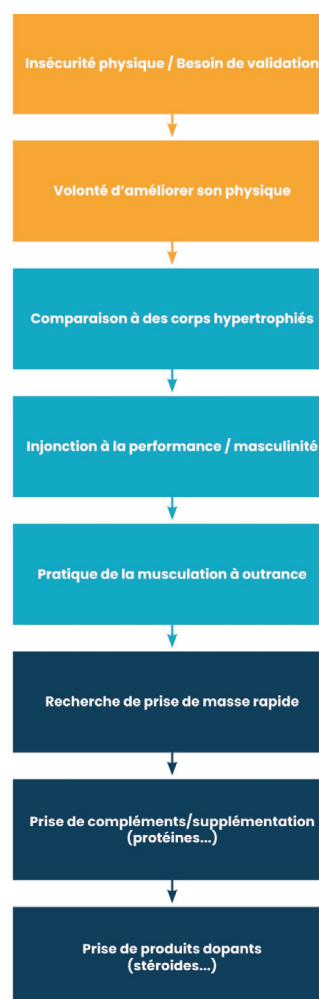
HOMMES DE 15 À 24 ANS AYANT UTILISÉ LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COURS DU DERNIER MOIS QUI, APRÈS AVOIR VU UN CONTENU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, ...



■ Hommes de 15 à 17 ans ■ Hommes de 18 à 24 ans

« Beaucoup d'influenceurs font du sport tous les jours parce qu'ils ont du temps, c'est très bien, mais c'est vrai que ça peut vite être un peu malsain pour, par exemple, l'étudiant qui n'a pas beaucoup d'argent qui va se chercher un McDo sur le retour de la fac et qui rentre et qui voit ça et qui n'a pas eu le temps de faire de sport depuis trois jours. » Kylian, 18 ans

Les travaux de la Fondation APRIL mettent en évidence un continuum allant de la musculation aux compléments alimentaires et protéines jusqu'à l'optimisation hormonale et le recours aux stéroïdes pour lesquels on observe un racolage en ligne décomplexé et une porte ouverte vers des dérives masculinistes avérées.



Frro Mog Tren Gymbro
 Protocole Jawline Hunter eyes
 Gomuscu Bodyfat chargé Bro
 Testo Sigma Cure Alphamale Natty

Productivité cognitive : prêt à tout pour atteindre le « flow »

Fatigue, distraction, manque de motivation, difficultés à réviser ne sont plus perçus comme des expériences normales, mais requalifiées comme des dysfonctionnements. La concentration devient une compétence à optimiser et le cerveau une ressource à améliorer en permanence.

Ainsi, quatre jeunes sur dix ont vu des publications promouvant via un vocabulaire pseudo-scientifique coaching, hacks mentaux ou substances améliorant la concentration.

L'ethnographie montre la facilité d'accès à des produits de dopage cognitif allant des stimulants aux nootropiques et médicaments détournés, comme la ritaline, qui se revend avec une conscience plus ou moins aiguë des effets secondaires et risques sanitaires associés.



NA

Oui je suis sous Ritaline 30 mg ça change radicalement la vie 😊

2025-02-28 Répondre

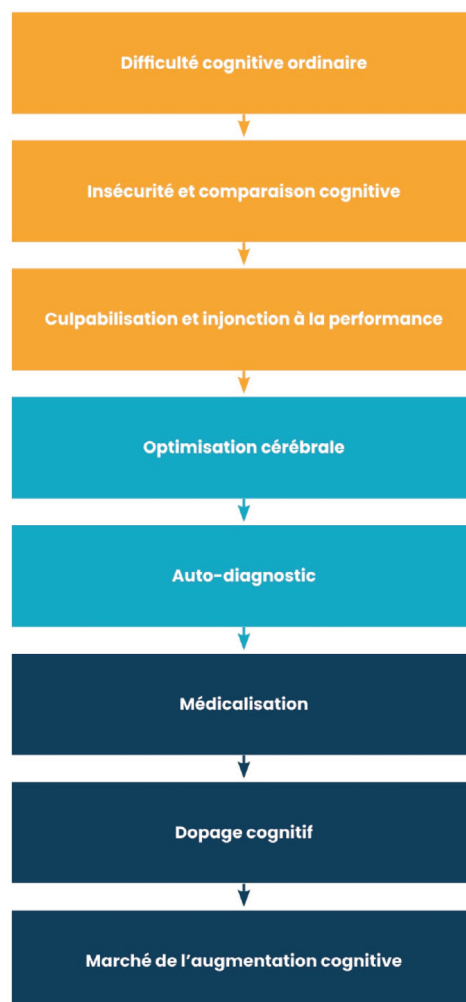
♥35

ET

ta de la chance d'avoir le médoc pour avoir testé une fois C est limite de la triche quand t'as

2025-02-28 Répondre

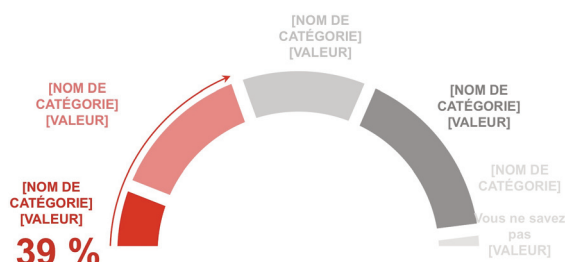
♥15



TDAH Biohacking
Hyperfocus Flow Ritaline
Deep work Nootropiques
La Zone Snus

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

Coaching, compléments, produits ou substances permettant d'améliorer la mémoire, la concentration et les performances cognitives



des jeunes de 15 à 24 ans ayant utilisé les réseaux sociaux au cours du dernier mois ont été exposés à des contenus de coaching cognitif ou d'optimisation mentale



D'une part s'observe une pathologisation du quotidien : les difficultés ordinaires sont interprétées en troubles du neurodéveloppement ou en déséquilibres physiologiques. Cette relecture s'opère à l'aide d'outils immédiatement mobilisables (tests rapides, listes de symptômes) : près d'un jeune sur deux voit des publications faisant la promotion de ces dispositifs. Or, ils encouragent l'autodiagnostic et contribuent à déplacer le recours aux soins des professionnels de santé vers les communautés en ligne. 53 % des jeunes se sont ainsi déjà autodiagnostiqués au moins un trouble de santé, mais seulement 41 % d'entre eux sont allés consulter.

En parallèle, les témoignages personnels offrent des clés de compréhension face à l'errance diagnostique ou des expériences médicales jugées insatisfaisantes. Progressivement, le vécu personnel devient une preuve au détriment des connaissances médicales. Dans cet espace, l'expérience subjective acquiert une autorité qui échappe aux cadres traditionnels. Ces dynamiques peuvent favoriser des décisions inadap- tées, des retards de diagnostic, l'abandon de traite- ments nécessaires, le recours à l'automédication ou à des solutions alternatives au mieux inefficaces. 16 % des jeunes de 15-24 ans ont ainsi déjà arrêté ou modifié leur traitement médical après avoir vu un contenu sur les réseaux sociaux et près de un sur cinq s'est déjà automédiqué (18 %).

MA

Tu prends autre chose comme moyen de contraception ? Car j'ai arrêté ma pilule y'a deux jours ahah donc bon je sais pas si je prends un stérilet

2025-7-26 Répondre

♥5

ME (Créatrice)

Je ne prends plus rien, je voulais repartir sur du naturel !!

2025-16-17 Répondre

♥5

D'autre part émerge une culture de l'auto- expérimentation. 39 % des 15-24 ans ont été exposés à des contenus qui mettent en avant des défis extrêmes (ingérer 20 000 calories, jeûner une semaine, tester des substances, réaliser des perfor- mances physiques à la limite du possible...) ou des expériences menées sur son propre corps (injections de peptides, consommation de substances amélio- ratives, pratique du bio-hacking, etc.). À la frontière entre optimisation de soi, développement personnel et transgression, le corps devient un terrain d'expé- rimentation. Ces mises à l'épreuve du corps ne sont pas seulement montrées : elles sont mesurées, quantifiées, analysées. Chaque paramètre est scruté, documenté, interprété à l'aide d'un vocabulaire scien- tifique qui confère une apparence de rigueur et de légitimité. Cette mise en scène rationalisée renforce le pouvoir d'adhésion. Et la répétition contribue à en banaliser les usages, à affaiblir les messages de prévention et à rendre plus acceptables, voire désirables, les comportements à risque.

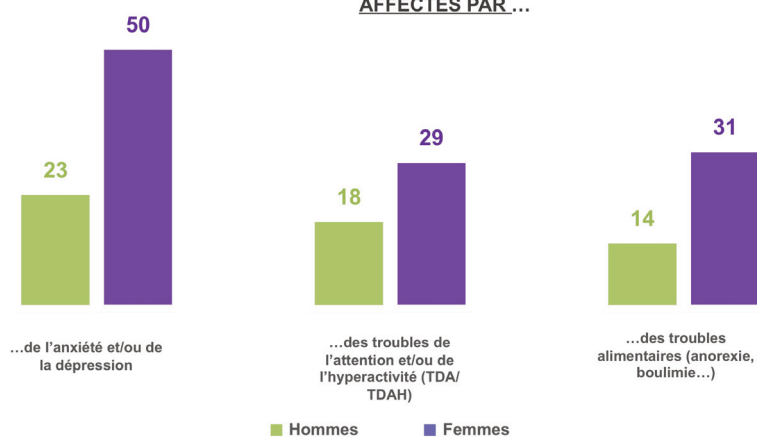


L'IDENTIFICATION À CERTAINS TROUBLES DE SANTÉ MENTALE APRÈS EXPOSITION À DES CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

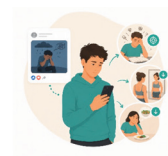
Q : Après avoir vu sur les réseaux sociaux des vidéos ou d'autres contenus sur ces sujets, vous est-il déjà arrivé d'être convaincu que vous étiez affecté par... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

JEUNES DE 15 À 24 ANS AYANT UTILISÉ LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COURS DU DERNIER MOIS QUI, APRÈS AVOIR VU SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX DES VIDÉOS OU D'AUTRES CONTENUS SUR LES SUJETS SUIVANTS, ONT DÉJÀ CRU ÊTRE AFFECTÉS PAR...



ifop FONDATION ADRIL Fondation Jean Jaurès



Snapchat, WhatsApp, Discord, Vinted, etc. : les plateformes numériques, nouveaux dealers ?

Les réseaux sociaux jouent un rôle central dans la circulation et la vente de substances psychoactives en France. Les commentaires et les espaces communautaires servent de points de contact avant un basculement vers des messageries privées ou bien l'accès à des produits illicites est directement possible sur des plateformes de vente en ligne. Livraison à domicile, promotions, fidélisation, communication ciblée, les trafiquants usent des mêmes techniques que le commerce classique.



Le corps comme projet

À mesure que ces contenus se diffusent et se répètent, il ne s'agit plus seulement désormais de chercher à aller mieux, mais d'entrer dans une dynamique : celle d'un corps pensé, piloté et évalué comme un projet.

Mon corps, ma start-up

Les inquiétudes géopolitiques, économiques ou écologiques alimentent l'idée d'un futur menacé. Dans ce contexte, le corps devient une réponse symbolique à une expérience contemporaine de l'incertitude. Le corps se transforme en un objet d'attention permanent parce qu'il semble être le dernier territoire maîtrisable dans un monde où tout semble devenu hors de contrôle. Compter ses pas, contrôler son alimentation, mesurer la qualité de son sommeil, suivre sa fréquence cardiaque, enregistrer ses performances sportives. Le corps cesse progressivement d'être simplement vécu pour s'inscrire dans une logique de projet. Le langage de la gestion envahit l'intime : les jeunes parlent objectifs, progression et performance. Le corps se meut progressivement en tableau de bord. Il cesse alors d'être seulement un lieu où l'on vit : il devient un espace à optimiser. Mais cette hyperconscientisation de soi produit souvent un effet paradoxal. Plus les individus apprennent à s'observer, plus ils découvrent des raisons de s'inquiéter. Le corps devient une réalité à comprendre, interpréter et améliorer.

« J'ai l'impression que mon corps, c'est un truc que je dois constamment améliorer. Si je ne fais rien, c'est comme si je me laissais aller. » Robin, 23 ans

Le corps comme preuve

Mesuré, le corps devient comparable, donc évaluable. Il ne constitue plus seulement un support de l'identité, il devient progressivement un indicateur de valeur. Un corps discipliné révèle la volonté. Un corps transformé témoigne de la persévérance. De manière générale, un corps performant apparaît comme la preuve visible d'une maîtrise de soi et d'une réussite. Les jeunes ne sont donc plus seulement confrontés à des modèles esthétiques, mais à des modèles de valeur. Ils apprennent progressivement à associer certaines formes corporelles à certaines qualités personnelles. Le corps devient un langage moral. Il n'est plus une figure métonymique de l'apparence. Il devient le symbole de la personne tout entière.

Le corps est un projet porté par un idéal. Et tout idéal porte en lui la possibilité d'un écart. C'est justement dans cet écart que vont progressivement s'installer les formes contemporaines d'influence.



BY
BY • 2025-4-9

Suivre



Le "looksmaxing", c'est pas juste une tendance TikTok. C'est l'art de maximiser son apparence physique naturellement, sans chirurgie, en travaillant sur :

- 🧠 ta posture
- 👤 ton visage
- 🛏 ton hygiène de vie
- 💤 ton sommeil
- 🌱 et ton équilibre interne

Et si tu veux affiner ton visage, oublie les filtres et les crèmes miracles. Ce qu'il te faut, c'est une stratégie anti-inflammatoire globale.

- ✓ Drainage lymphatique quotidien (adieu rétention d'eau)
- ✓ Respiration nasale + langue au palais
- ✓ Alimentation non inflammatoire (bye sucre, mauvaises huiles, alcool)
- ✓ Massages du visage (pour faire circuler et lisser les tissus)

Une propagande sans propagandistes

Gouverner par l'incertitude

Les contenus parlent d'expériences ordinaires : fatigue, doute, manque de concentration, variations d'humeur, etc. Mais ils ne se contentent pas d'apporter des réponses : ils construisent les questions elles-mêmes et déplacent progressivement la frontière entre ce qui relève du cours normal des choses et ce qui mérite désormais d'être observé, corrigé ou amélioré. Tel est le mode de gouvernance de ce système de propagande.

L'impact de cette rhétorique est décuplé parce qu'elle intervient à un moment de construction identitaire. Inutile de rappeler que l'adolescence et le début de l'âge adulte sont des périodes traversées par l'incertitude. Dans ce contexte, la moindre difficulté peut prendre une signification particulière. Et c'est précisément dans cet espace que prospère l'économie numérique du corps. Non pas dans la pathologie, mais dans les zones grises. C'est pourquoi la véritable matière première de cet univers n'est ni la santé, ni le sport, ni même le bien-être. C'est l'incertitude.

Les machines à influencer

Si les contenus évoqués précédemment produisent des effets si puissants, c'est aussi, et peut être surtout, en raison de la manière dont ils circulent, se répètent et se renforcent les uns les autres au sein des environnements numériques.

Ce qui apparaît souvent prend rapidement les atours de la normalité, parce que des milliers d'images produisent un effet de réalité. Et ce qui paraît normal devient progressivement désirable et finit par servir de référence. À force de voir les mêmes types de corps, les mêmes formes de discipline, les mêmes récits d'amélioration, certaines caractéristiques

finissent par apparaître comme allant de soi. Les jeunes n'ont ainsi pas le sentiment d'être contraints. Ils ont le sentiment de découvrir ce qu'il est légitime d'espérer pour eux-mêmes.

Le mécanisme d'influence repose aussi sur l'identification. Les figures qui occupent les réseaux sociaux ne sont pas perçues comme des autorités extérieures. Elles apparaissent comme des individus ordinaires qui auraient simplement trouvé une meilleure manière d'habiter leur existence. Elles semblent proches, racontent leurs difficultés, exposent leurs progrès. Et surtout, elles donnent l'impression que leur trajectoire pourrait être reproduite. Cette proximité est un facteur clé, car l'adhésion ne passe pas par la persuasion, mais par la projection : il devient possible de se reconnaître dans ces récits, d'imaginer qu'ils pourraient devenir les siens.

« Il existe une fascination pour des personnes qui ont réussi grâce à leur corps. Ce qui nourrit une croyance puissante chez les jeunes : la possibilité d'une mobilité sociale rapide et accessible. Il "suffit" d'exposer son corps sur les réseaux et faire le buzz. » Guillaume Vallet, professeur en sciences économiques, université Grenoble Alpes, Cahier-expert Fondation APRIL

Dans ce contexte, la comparaison sociale s'intensifie. Elle met souvent en regard ce que l'on est avec ce que d'autres semblent être devenus. Les jeunes ne se comparent pas seulement aux autres. Ils se comparent à des versions améliorées d'eux-mêmes qui leur semblent accessibles.

À cette logique s'ajoute celle de la validation sociale. Les plateformes rendent visibles les signes de reconnaissance : likes, commentaires, partages. Chaque contenu expose non seulement un modèle, mais aussi le niveau d'adhésion qu'il suscite. Les corps les plus conformes aux normes dominantes sont ceux qui reçoivent le plus de validation. Cette métrique visible transforme la reconnaissance en donnée quantifiable et donc comparable.

Une influence qui se croit choisie

Seuls 28 % des jeunes déclarent se sentir totalement en contrôle des contenus qu'ils voient sur les réseaux sociaux, tandis qu'un sur cinq affirme avoir souvent le sentiment d'être guidé par l'algorithme ou de ne pas être réellement maître de ce qui lui est proposé.

« Je like volontairement des posts que j'ai envie de voir. Je sais pas, des vidéos de chat, des trucs en rapport avec le sport et généralement, je sais pas si c'est parce que mon compte a entre guillemets l'habitude de ce genre d'action, mais, très rapidement, j'ai plein de posts que j'ai pas forcément envie de voir. » Lucas, 19 ans

D'où une tension fondamentale. Les réseaux sociaux se présentent comme des espaces de liberté où chacun composerait son propre univers informationnel à partir de ses goûts, de ses intérêts et de ses choix. Pourtant, une majorité des utilisateurs sait que les algorithmes orientent les contenus et enferment dans un *rabbit hole* que l'on perçoit comme ses propres désirs.

« Sur le moment, tu ne te dis pas que tu es influencé. Tu penses juste que c'est toi qui as envie. » Adèle, 17 ans

Pourtant, les jeunes ne sont pas dupes.

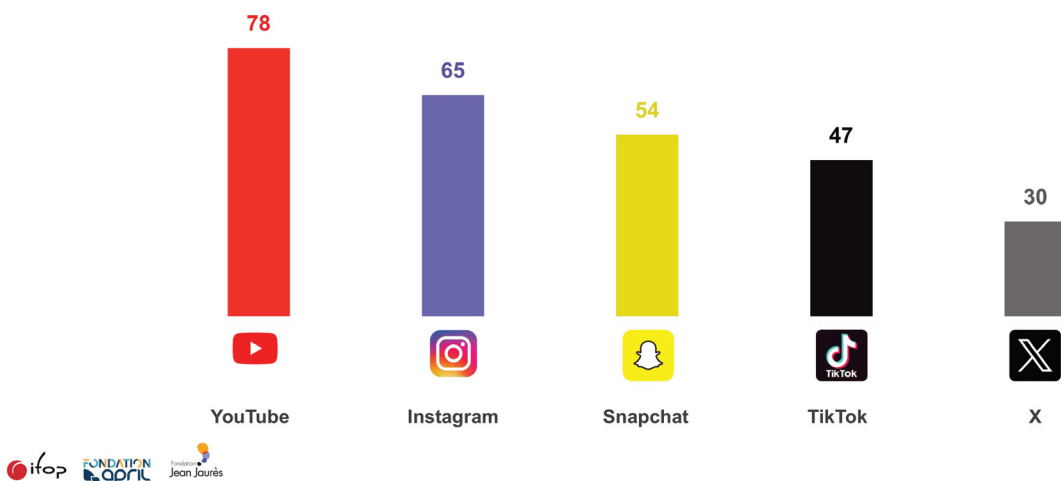
Mais cette conscience n'annule pas les effets de l'influence, ni la confiance dans les réseaux sociaux. Car les mécanismes les plus efficaces ne sont pas nécessairement ceux qui imposent des contenus, mais ceux qui organisent la visibilité continue et donnent l'impression d'une réalité partagée.

LA CONFIANCE DANS LES INFORMATIONS VÉHICULÉES DANS LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Personnellement, avez-vous confiance dans la fiabilité des informations véhiculées par les organisations et créateurs de contenu présents sur... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2 000)

JEUNES DE 15 À 24 ANS AYANT CONFIANCE DANS LES INFORMATIONS VÉHICULÉES PAR LES PLATEFORMES SUIVANTES



Une violence douce

Les univers numériques ne disent pas « tu dois », mais « tu pourrais ». Cette apparente douceur constitue la principale force de cette propagande sournoise.

Car si le devoir rencontre souvent de la résistance, le possible rencontre plus souvent l'adhésion. Cette logique est d'autant plus efficace qu'elle n'introduit qu'une légère distance entre ce qui est et ce qui pourrait être ; une distance suffisamment faible pour paraître franchissable, mais suffisamment importante

pour être mobilisatrice. La force du « peut-être » est de transformer les expériences ordinaires en question ouverte. Le « peut-être » suggère que quelque chose pourrait aller mieux ; sachant qu'il n'existe pratiquement aucune limite à l'amélioration possible. On peut toujours mieux dormir, mieux manger, mieux récupérer, mieux se concentrer, mieux gérer ses émotions ou mieux exploiter son potentiel. À partir du moment où l'attention se déplace vers ce qui pourrait

être amélioré, le chantier ne se referme jamais complètement. Une partie croissante de l'existence est alors regardée à travers ce qu'elle pourrait devenir plutôt qu'à travers ce qu'elle est. Le corps n'est plus simplement vécu ; il est continuellement rapporté à ses possibilités futures. La question n'est plus de savoir comment on se sent, mais comment on pourrait se sentir. C'est dans le tricotage permanent de cet espace que les logiques marchandes s'installent.

La marchandisation du mal-être

Un marché invisible

Pendant longtemps, les frontières paraissaient relativement claires. La santé relevait de la médecine. Le sport relevait de l'activité physique. La consommation relevait du commerce. Les réseaux sociaux ont brouillé les lignes. Un même contenu parle simultanément de santé, de performance, de bien-être si bien qu'un jeune qui cherche à mieux dormir ne sait plus toujours s'il agit pour sa santé, ses performances ou son image. Les motivations s'entremêlent. Les objectifs se superposent. Le langage médical rencontre le langage de la performance. Le vocabulaire du soin rencontre celui du développement personnel. Les préoccupations liées à la santé se mêlent aux enjeux de visibilité et de reconnaissance. Le corps devient le lieu où ces différentes rationalités se croisent et se renforcent mutuellement. Cette indétermination constitue l'une des principales ressources d'un marché qui ne dit jamais son nom. Une application de suivi du sommeil peut être présentée comme un outil de santé ; un complément alimentaire comme un moyen de mieux récupérer ; un programme sportif comme une démarche pour retrouver confiance en soi. Les jeunes n'ont pas le sentiment d'entrer dans un univers marchand, mais de travailler sur eux-mêmes, de prendre soin d'eux.

Quand le marché habite le corps

Un jeune sur quatre a déjà acheté un produit ou un contenu payant lié au corps, à la santé ou au bien-être après exposition à un contenu sur les réseaux sociaux.

À force d'être observé, mesuré, comparé et travaillé, le corps devient un espace d'investissement économique. Nutritionnistes, coachs, influenceurs, applications, fabricants de compléments alimentaires, plateformes numériques ou marques de sport y gravitent d'autant plus efficacement que le caractère commercial des publications reste le plus souvent invisible.

97 % des influenceurs publient du contenu commercial.

20 % le signalent systématiquement comme publicité.

Source : *Investigation of the Commission and consumer authorities finds that online influencers rarely disclose commercial content*, Commission européenne, 2024.

Ce marché n'est pas visible. Il s'insère en amont, dans la manière même dont les individus apprennent à regarder leur propre existence. Car avant qu'une solution puisse apparaître désirable, il faut un problème. On retrouve ici un mécanisme bien connu du marketing : créer le problème pour proposer la solution. Les réseaux sociaux excellent précisément dans cet art de rendre visibles certaines préoccupations. Ils ne créent pas *ex nihilo* les inquiétudes, ils leur donnent une visibilité. Ils contribuent à transformer des sensations diffuses en problèmes identifiables, puis des problèmes identifiables en opportunités d'intervention.

Acheter sa propre valeur

Si les marchés du corps connaissent aujourd'hui un tel succès, ce n'est pas seulement parce qu'ils promettent davantage de santé ou de bien-être. C'est

parce qu'ils touchent à quelque chose de beaucoup plus fondamental : la manière dont les jeunes étalent leur valeur. Pendant longtemps, la reconnaissance se construisait dans des espaces multiples. Le travail,

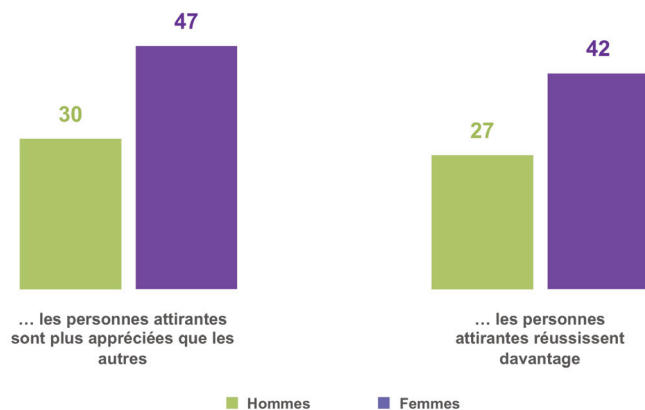
l'engagement politique, les appartenances religieuses, les activités culturelles, les solidarités locales ou les communautés professionnelles permettaient aux individus de se sentir utiles, légitimes ou estimés.

LES PERCEPTIONS DU RÔLE DE L'APPARENCE PHYSIQUE APRÈS EXPOSITION AUX CONTENUS DES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : À cause des contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux, vous arrive-t-il... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)

JEUNES DE 15 À 24 ANS AYANT UTILISÉ LES RÉSEAUX SOCIAUX AU COURS DU DERNIER MOIS QUI, À CAUSE DES CONTENUS VUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX, PENSENT SOUVENT QUE ...



Les réseaux sociaux ont profondément modifié le besoin de reconnaissance en le focalisant sur le corps.

Le corps répond parfaitement aux exigences de visibilité qui structurent les plateformes numériques. Il peut être photographié, filmé, comparé et mis en scène. Là où une évolution intérieure demeure souvent discrète, il offre une preuve immédiatement perceptible. Les récits de transformation ne racontent jamais qu'une modification physique : ils racontent une accession à la reconnaissance. Peu à peu, les jeunes découvrent que certaines formes corporelles attirent davantage l'attention que d'autres. Certaines

trajectoires paraissent plus admirables que d'autres. Certaines manières d'habiter son corps bénéficient d'une visibilité considérablement plus importante que les autres. Le corps cesse d'être un objet esthétique pour devenir une monnaie symbolique. Chaque like, chaque commentaire matérialise une forme d'attention. La reconnaissance devient quantifiable. Cette quête de visibilité transforme profondément le rapport à soi. Les jeunes voient ce qui attire l'attention, suscite l'admiration et mérite finalement d'être regardé. Ils apprennent progressivement ce qui possède de la valeur dans l'univers qu'ils habitent.



Agir : changer de paradigme ou perdre la main

Âge, temps d'écran, modération, trois remparts, une seule faille : ils protègent des contenus, pas des mécanismes

Face aux risques sanitaires associés aux réseaux sociaux, les réponses publiques ciblent les usages visibles, mais ignorent les dynamiques profondes : celle d'environnements numériques ordinaires qui façonnent silencieusement les normes, les attentes et les rapports à soi.

Le contrôle de l'accès aux réseaux sociaux par l'âge constitue l'un des piliers de la régulation. En théorie,

il permettrait de protéger les plus jeunes d'expositions inadaptées. En pratique, il repose largement sur l'autodéclaration et se révèle aisément contournable par un faux compte ou une date de naissance falsifiée.

44 % des adolescents de 11 à 17 ans accèdent aux réseaux sociaux avant l'âge de 13 ans.

62 % n'ont pas mis leur vraie date de naissance sur au moins une inscription.

Moins de un sur cinq a dû prouver son âge.

Source : *Protection des mineurs en ligne : quels risques ? Quelles protections ?*, Arcom, 25 septembre 2025.

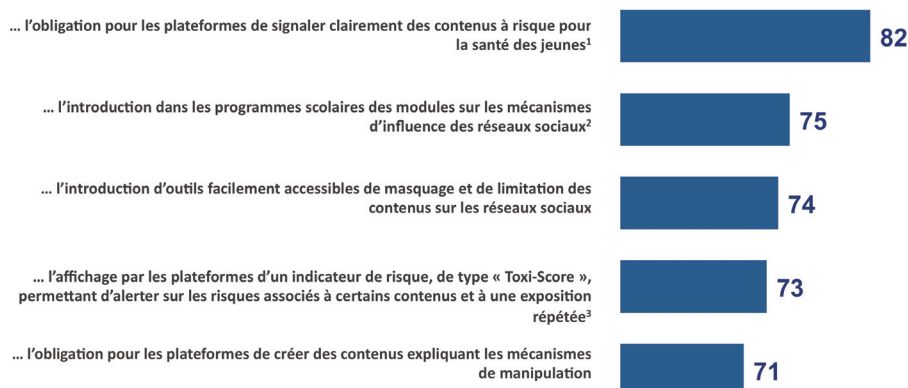
L'ADHÉSION DES JEUNES AUX MESURES DE PRÉVENTION ET D'ENCADREMENT DES CONTENUS SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Personnellement, seriez-vous favorable ou opposé(e) à ... ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans (2 000)



JEUNES DE 15 À 24 ANS FAVORABLES À ...



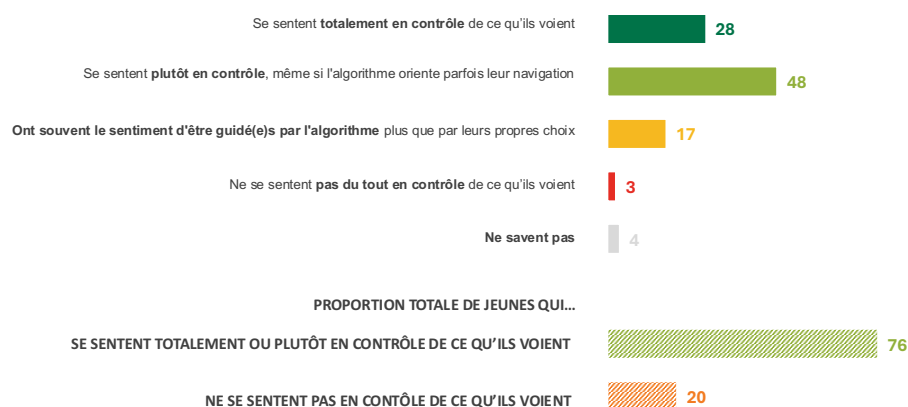
Mais au delà de son inefficacité opérationnelle, cette approche pose un problème plus profond : elle laisse entendre que le risque serait essentiellement lié à l'âge de l'utilisateur, alors que les mécanismes d'influence à l'œuvre (répétition, comparaison, normalisation) continuent d'agir bien au delà de l'adolescence. Les jeunes adultes, pourtant juridiquement

majeurs, demeurent pleinement exposés à ces dynamiques, sans cadre de protection spécifique. Or, 27 % des 18-24 ans seulement se sentent totalement en contrôle des contenus qu'ils voient, tandis que 22 % ont le sentiment d'être totalement guidés par l'algorithme ou ne se sentent pas du tout en contrôle de ce qu'ils voient.

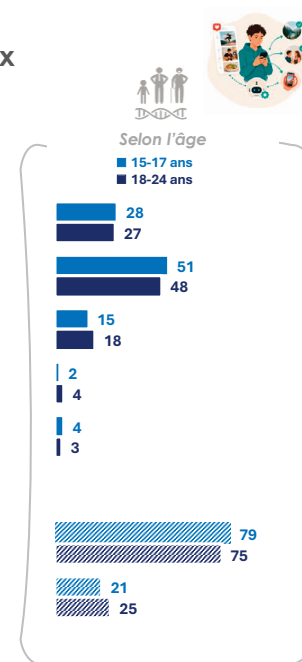
Le sentiment de contrôle sur les contenus vus sur les réseaux sociaux

Q : En ce qui concerne les contenus que vous voyez sur les réseaux sociaux, diriez-vous que...?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)



FONDATION
april
Fondation
Jean Jaurès



La réduction du temps d'écran est fréquemment mobilisée comme réponse aux effets délétères des réseaux sociaux. Cette approche confond durée d'exposition et nature de l'exposition. Elle suppose que le risque serait proportionnel au temps passé, sans interroger ce à quoi les individus sont exposés, ni la manière dont cette exposition s'organise. Or, il y a une différence fondamentale entre regarder un documentaire sur YouTube et scroller passivement sur TikTok ou Instagram. Les environnements numériques fonctionnent précisément sur des logiques d'exposition cumulative : une succession de contenus brefs, répétés, thématiquement cohérents, suffit à produire des effets normatifs durables, indépendamment de la durée totale passée en ligne. En se concentrant sur le temps, cette approche occulte les mécanismes d'influence. Elle peut même produire

des effets paradoxaux, en renforçant l'intensité des usages lorsque ceux-ci sont autorisés ou par effet de substitution (réduire le temps d'écran sur une plateforme augmente l'usage sur d'autres).

La modération vise prioritairement les contenus manifestement problématiques : incitations à la haine, désinformation, pratiques explicitement dangereuses. Elle est nécessaire. Mais elle ne traite qu'une partie marginale des contenus qui structurent réellement les usages. Les contenus qui produisent les effets les plus profonds sur le rapport au corps, à la santé ou à la valeur personnelle sont, pour l'essentiel, légaux, ordinaires et socialement valorisés. Ils échappent donc largement aux dispositifs de signalement et de retrait. En supprimant les excès visibles, la modération laisse intacte la norme implicite. Par ailleurs, la

modération est très souvent contournée par les jeunes, qui maîtrisent l'art de modifier les écritures, l'« algospeak », pour déjouer les algorithmes. On a beau interdire le hashtag #anorexie, il revient sous de nombreuses autres formes (#proana, #skinnytok,...) : on bannit un mot, pas une idée.

Enfin, d'autres dispositifs d'alerte, comme les *trigger warning* (avertissement de contenu sensible), par exemple, non seulement n'apportent aucun bénéfice, mais ils augmentent l'anxiété anticipatoire. Ils n'ont, par ailleurs, aucun effet sur la saturation algorithmique ou sur l'apparition de termes connexes dans le fil de contenu. Ainsi, une recherche « anorexie » sur TikTok déclenche un message de prévention, mais propose en parallèle le terme « déficit calorique 14 ans » !



Ton poids ne te définit pas

Si toi ou une personne de ton entourage vous posez des questions sur l'image que vous renvoie votre corps, sur l'alimentation ou sur l'exercice physique, sachez que vous pouvez demander de l'aide et que vous n'êtes pas seuls. Si tu veux, tu peux te confier à une personne de confiance ou consulter les ressources ci-...

[En savoir plus](#)

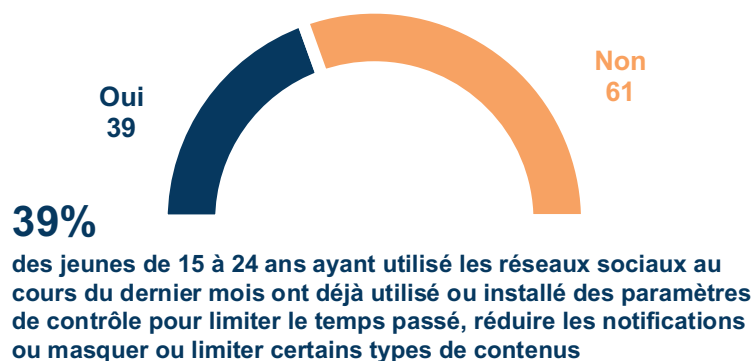
Enfin, nombre de politiques reposent sur la responsabilisation individuelle : développer l'esprit critique, encourager les bons usages, rappeler les risques. Ces approches font peser sur les individus la charge de résister à des systèmes conçus pour influencer. Or, on ne peut attendre des jeunes qu'ils neutralisent par leur seule vigilance des mécanismes structurels qui organisent silencieusement ce qu'ils voient, comparent et désirent. Seuls 39 % des jeunes déclarent

avoir mis en place des outils de contrôle dont ils jugent l'efficacité relative, et 61 % n'en utilisent pas, ce qui révèle bien que les capacités de régulation individuelle restent limitées. En individualisant la responsabilité, ces approches tendent à invisibiliser la dimension systémique du problème et à naturaliser des effets qui relèvent en réalité de choix d'architecture, de design et de modèle économique.

L'UTILISATION DE PARAMÈTRES DE CONTRÔLE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Q : Avez-vous déjà utilisé ou installé des paramètres de contrôle pour limiter votre temps passé, réduire les notifications ou masquer/limiter certains types de contenus sur les réseaux sociaux ?

Base : jeunes âgés de 15 à 24 ans ayant utilisé au moins un réseau social au cours du dernier mois (1989)



Ainsi, en s'attaquant aux usages sans transformer les environnements, les politiques publiques répondent à un problème ancien avec des outils devenus obsoletés. Tant que les réseaux sociaux continueront d'être pensés comme de simples supports de contenus, et non comme des environnements de santé à part entière, les réponses resteront partielles et les effets sanitaires largement sous estimés.

Changer de regard : reprendre la main sur les machines à influencer

Les plateformes numériques sont devenues de véritables environnements de socialisation, de normalisation et de santé, qui appellent des réponses d'une autre nature. Changer de regard constitue donc un préalable indispensable : il ne s'agit plus seulement de protéger contre certains contenus, mais de reprendre la main sur des architectures conçues pour influencer durablement les comportements.

Cette transformation implique d'abord de reconnaître que les responsabilités sont partagées. Les plateformes ne sont pas neutres : leurs choix de design, leurs systèmes de recommandation et leurs modèles économiques structurent ce qui est visible, valorisé et désirable. Les marques, les influenceurs et les créateurs de contenus participent également à cette dynamique, en relayant des normes corporelles, sanitaires ou comportementales qui s'inscrivent dans des logiques d'engagement et de monétisation. Aucun de ces acteurs ne peut être tenu pour seul responsable, mais aucun ne peut non plus se retrancher derrière l'argument de la simple expression individuelle. Si le *Digital Service Act* (DSA) de l'Union européenne impose aux plateformes d'identifier et d'atténuer les risques systémiques depuis 2024, l'Arcom¹ constate que les mesures de prévention sont peu visibles dans les parcours, alors même que 82 % des jeunes sont favorables à ce que les

plateformes signalent clairement les contenus pouvant présenter un risque pour la santé.

Agir suppose donc de déplacer la régulation vers les environnements eux-mêmes. Les algorithmes de recommandation, en organisant la répétition et les effets de boucle, jouent un rôle central dans la normalisation des pratiques et des aspirations. Rendre visibles les mécanismes de recommandation, limiter la saturation thématique, introduire de la diversité dans les flux ou questionner les logiques de marchandisation constituent des leviers essentiels. Il ne s'agit pas d'imposer un contenu « vertueux », mais de réduire la puissance des dynamiques qui transforment des possibles en normes. Cette approche appelle une réflexion approfondie sur une prévention et une éthique *by design* de l'architecture des plateformes, c'est-à-dire de concevoir des architectures permettant par défaut de diversifier automatiquement les publications pour éviter une exposition répétée, limiter l'enfermement algorithmique ou encore introduire des messages de pause réflexive. Ces mesures sont plébiscitées par sept jeunes sur dix et 74 % d'entre eux sont favorables à des outils facilement accessibles de limitation ou de masquage de contenus.

« L'idée de casser les boucles algorithmiques est très pertinente. S'attaquer directement à la dynamique circulaire revient à agir à la racine du problème. Mais la limitation du temps d'écran s'appuie sur une hypothèse erronée : l'outil existe déjà, mais les jeunes modifient rarement les paramètres par défaut. Il y a une espèce d'inertie. »
Sacha Altay, Digital Democracy Lab, université de Zurich, Cahier-expert Fondation APRIL

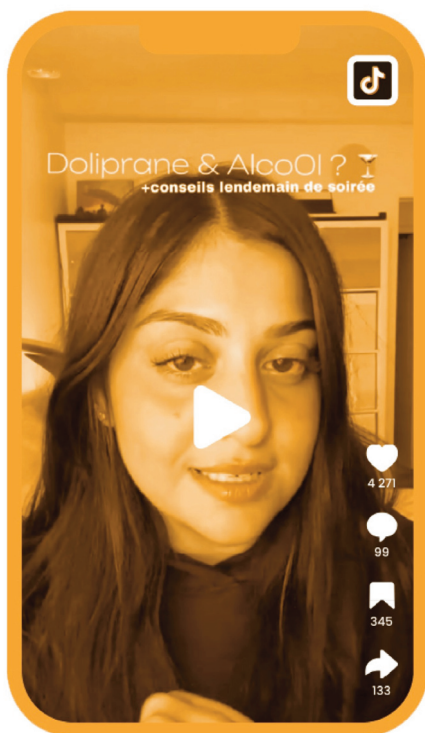
Enfin, changer de regard implique d'investir pleinement les réseaux sociaux comme de nouveaux espaces de prévention et de promotion de la santé. La prévention ne peut plus rester extérieure aux usages réels des jeunes.

La prévention doit s'inscrire dans les flux qu'ils fréquentent, parler leurs langages, et s'appuyer sur des présences crédibles. 75 % des jeunes souhaiteraient que les plateformes mettent en avant des

1. *Ibid.*

créateurs de contenus formés à la prévention en santé. Le développement de contenus portés par des professionnels de santé, la valorisation de contre-discours, mais aussi la réintroduction de complexité là où dominant la simplification et l'injonction constituent des enjeux majeurs. Face à des univers qui promettent des solutions rapides et des transformations immédiates, il devient nécessaire de redonner une place au doute, au temps long et à la pluralité des trajectoires.

Reprendre la main sur les machines à influencer, ce n'est donc pas chercher à les neutraliser. C'est reconnaître leur pouvoir structurant, pour mieux en réorienter les effets. Non plus contre les usages, mais à partir d'eux.



Agir sur les individus : redonner du pouvoir d'agir

Si l'action sur les environnements est indispensable, elle ne saurait suffire. Car les jeunes ne sont pas seulement exposés : ils sont aussi en attente. Contrairement à une idée répandue, ils ne sont ni indifférents ni passifs face aux contenus qu'ils consomment.

Ils cherchent à comprendre, à s'orienter, à trouver des repères dans des univers où les normes sont fluctuantes et les injonctions multiples. 73 % des jeunes sont pour obliger les plateformes à afficher un indicateur de risque de type Toxi-Score combinant nature du contenu et degré d'exposition répétée.

Cette demande d'aide et de soutien est souvent exprimée, mais rarement structurée.

Dans ce contexte, l'enjeu n'est pas simplement de sensibiliser, mais de redonner une capacité d'agir réelle. Former des individus « critiques » ne suffit pas si les mécanismes qui organisent leur environnement restent invisibles. Il s'agit de rendre lisibles les logiques à l'œuvre : comprendre comment se construisent les recommandations, comment s'installent les comparaisons, comment se fabriquent les normes. 71 % des jeunes sont ainsi favorables à ce que les plateformes soient obligées de leur proposer des contenus d'explication sur les mécanismes d'influence et les techniques de manipulation. Cette montée en lucidité constitue une condition nécessaire pour ne plus subir des dynamiques qui se présentent comme naturelles.

Mais cette formation ne peut être uniquement théorique. Elle doit s'accompagner d'outils, de pratiques et de médiations permettant aux jeunes de reprendre prise sur leurs usages. L'école a un rôle à jouer : 75 % des jeunes souhaiteraient que leur soient proposés des modules scolaires sur les mécanismes d'influence. Bien que les parents semblent ignorer ce que leurs enfants consultent sur les réseaux sociaux (un tiers des jeunes pensent que leurs parents ignorent totalement ce qu'ils regardent), 65 % des jeunes prêteraient attention à des messages de prévention émanant d'eux ou de proches. Il s'agit moins de leur demander de se détourner des réseaux sociaux que de les aider à y circuler autrement, de manière plus consciente, plus réflexive, moins dépendante des logiques d'engagement.

Enfin, agir sur les individus suppose d'être présent là où ils se trouvent. La prévention ne peut plus se faire à distance des usages réels. Elle doit s'inscrire dans les flux eux-mêmes, en proposant des repères visibles, accessibles et crédibles. Produire des contre-discours ne suffit pas : encore faut-il qu'ils existent dans les mêmes espaces, qu'ils répondent aux mêmes



formats, qu'ils entrent en concurrence avec des contenus qui valorisent la simplification et la performance immédiate. Les professionnels de santé ont tout intérêt à investir massivement ces environnements : 74 % des jeunes estiment qu'ils sont les mieux placés pour transmettre des messages de prévention.

Réintroduire de la nuance, du temps long, de l'incertitude là où dominent les solutions rapides et les promesses d'optimisation constitue dès lors un enjeu central. Non pour disqualifier les aspirations à aller mieux, mais pour élargir les manières de penser la santé et le rapport à soi, en redonnant de la place à des formes d'équilibre qui ne passent pas uniquement par la transformation permanente.

Agir sur la société : réhabiliter l'ordinaire

Les dynamiques des réseaux sociaux ne se limitent pas aux comportements individuels : elles transforment les normes collectives qui organisent notre rapport à nous-mêmes, aux autres, au monde. À force de répétition, certaines figures de réussite ou de beauté saturent l'espace visible et s'installent comme des évidences. Les jeunes ont le sentiment de construire librement leur trajectoire ; pourtant, les trajectoires désirables convergent vers les mêmes modèles. Le problème devient celui de l'imagina-tion : plus certaines formes de vie occupent l'espace visible, plus il devient difficile d'en imaginer d'autres. C'est ce mouvement qu'on peut appeler une disparition de l'ordinaire – non que les existences ordinaires aient disparu, mais elles cessent d'être racontées. Or, ce qui ne se raconte plus devient difficile à habiter.

Dans un univers où tout semble perfectible, le présent perd de sa consistance : il n'est plus un état à habiter, mais un point de départ à améliorer. Un désir sans point d'achèvement produit moins de satisfaction que d'insatisfaction. À force de vivre dans cet horizon d'amélioration permanente, quelque chose devient plus difficile : éprouver la suffisance – non la résignation, mais la capacité à considérer que



Stekou | Ta pharmacienne pref

162 Suivis 36.3K Followers 495.2K J'aime

Suivre Message

juste une pharmacienne chill 🍷
quelque part entre Gallier et Avicenne
micronutrition • prévention
📧 stekouuu@gmail.com 📱 @stekouuu



mon.gyneco

Mon.Gyneco

710 publications 1,1 M followers 107 suivi(e)s

Gynécologue obstétricien
• Chirurgien gynécologue à Aix-en-Provence
• La gynéco simple & accessible
• Créateur éthique @arppub
• Collab : ... plus
🔗 urlfr.me/RqeUF4 et 1 de plus

certaines dimensions de l'existence n'ont pas besoin d'être transformées pour être légitimes. Les plateformes privilégient ce qui attire l'attention, et les métamorphoses intéressent plus que les équilibres : la lenteur, l'hésitation, l'imperfection deviennent ainsi plus difficiles à reconnaître. La vulnérabilité n'est plus une composante normale de l'existence ; elle devient un déficit à corriger.

Agir sur la société ne signifie pas s'opposer aux aspirations à aller mieux, mais rééquilibrer les imaginaires et redonner une place à ce qui a disparu des écrans. Réhabiliter l'ordinaire, ce n'est pas promouvoir la résignation. C'est redonner droit à la suffisance.

Conclusion

Au-delà de l'enjeu sanitaire, un enjeu politique majeur

Les constats posés dans cette étude appellent d'abord une réponse claire de santé publique. Les signaux d'alerte sont là : montée des troubles anxieux et dépressifs, dégradation du rapport au corps, troubles des conduites alimentaires, banalisation de pratiques à risque, recours croissant à l'autodiagnostic et à l'automédication. Ces phénomènes sont liés à des environnements d'exposition qui façonnent en profondeur les normes du corps et les représentations du bien-être.

Mais limiter la réponse à cette dimension sanitaire serait insuffisant. Car ce qui se joue excède largement la seule question des risques sur la santé. Cela touche aux conditions mêmes dans lesquelles les jeunes construisent leur rapport à eux-mêmes et au monde.

Il ne s'agit pas seulement de réguler des usages ou des plateformes, mais de reconstruire un cadre collectif capable d'offrir aux jeunes des manières d'exister qui ne soient pas exclusivement définies par

l'optimisation permanente de soi. Or, si les jeunes investissent autant le travail sur eux-mêmes, c'est peut être aussi parce que la société peine à leur offrir d'autres espaces d'accomplissement. Il ne s'agit plus seulement de protéger les individus, mais de redonner une place à des formes de vie qui ne reposent pas uniquement sur la performance. Réhabiliter l'ordinaire, non comme un renoncement, mais comme une condition d'un rapport apaisé à soi.

Au fond, la question posée est celle d'un choix de société. Souhaitons-nous un monde où chacun est sommé de se mettre à la hauteur de normes toujours plus exigeantes, où la valeur de l'individu se mesure à sa capacité améliorative ? Ou une société capable d'offrir aux jeunes des conditions d'existence dans lesquelles il est possible de se reconnaître sans avoir à se transformer en permanence ?

La question, finalement, n'est pas seulement ce que les réseaux sociaux font aux jeunes. C'est ce que nous leur offrons à la place.

Table des matières

01	Introduction
02	La toxicité visible
03	Quand le bien-être fabrique le mal-être
03	La santé des jeunes sous l'influence des réseaux sociaux
04	Quantification de la beauté féminine et obsession de la perfection
06	Masculinité essentialisée : la performance comme identité
08	Productivité cognitive : prêt à tout pour atteindre le « flow »
09	La santé désintermédiée : de l'autodiagnostic à l'auto-expérimentation
11	Snapchat, WhatsApp, Discord, Vinted, etc. : les plateformes numériques, nouveaux dealers ?
12	Le corps comme projet
12	Mon corps, ma start-up
12	Le corps comme preuve
13	Une propagande sans propagandistes
13	Gouverner par l'incertitude
13	Les machines à influencer
13	Une influence qui se croit choisie
14	Une violence douce
16	La marchandisation du mal-être
16	Un marché invisible
16	Quand le marché habite le corps
16	Acheter sa propre valeur

- 18 Agir : changer de paradigme ou perdre la main
- 18 Âge, temps d'écran, modération, trois remparts, une seule faille :
ils protègent des contenus, pas des mécanismes
- 21 Changer de regard : reprendre la main sur les machines à influencer
- 22 Agir sur les individus : redonner du pouvoir d'agir
- 23 Agir sur la société : réhabiliter l'ordinaire

- 25 Conclusion
Au-delà de l'enjeu sanitaire, un enjeu politique majeur

POUR FAIRE VIVRE LE DÉBAT,

SOUTENEZ-NOUS !

Pour poursuivre ses missions d'intérêt général, la Fondation Jean-Jaurès a besoin de votre soutien.

Reconnue d'utilité publique depuis sa création en 1992, elle peut recevoir des dons et des legs des particuliers et des entreprises.

VOUS ÊTES UN PARTICULIER

Les dons des particuliers bénéficient d'une réduction d'impôts sur le revenu égale à 66 % de leur montant, dans la limite de 20 % du revenu imposable, ou de 75 % de vos dons versés au titre de l'IFI dans la limite de 50 000 euros (les dépassements de ces seuils sont reportables sur cinq ans).

Par exemple, un don de 100 € revient à 34 € pour un particulier imposable.

VOUS ÊTES UNE ENTREPRISE

Les dons des personnes morales de droit privé assujetties à l'impôt sur le revenu ou à l'impôt sur les sociétés bénéficient d'une réduction d'impôt de 60 % pris dans la limite de 0,5 % du chiffre d'affaires (les dépassements de ces seuils sont reportables sur cinq ans).

Dans le cas d'un don de 10 000 €, vous pourrez déduire 6 000 € d'impôt, votre participation aura effectivement coûté 4 000 € à votre entreprise.

COMMENT FAIRE UN LEGS ?

Avec la disposition testamentaire du legs, vous pouvez transmettre tout ou partie de votre patrimoine à la Fondation Jean-Jaurès.

Il faut rédiger un testament et le faire authentifier par un notaire. Tout ou partie des biens peuvent être légués, quels qu'ils soient (somme d'argent, titres, œuvres d'art, immeubles...). Il faut respecter la règle de la quotité disponible s'il y a des héritiers, ou, à défaut d'enfants, le conjoint a une réserve d'un quart du patrimoine ; si ce n'est pas le cas, les biens peuvent être légués en totalité.

BULLETIN DE SOUTIEN



Mon soutien à la Fondation Jean-Jaurès

- ☐ 20 euros ☐ 50 euros ☐ 100 euros ☐ 200 euros
☐ 500 euros ☐ 1 000 euros ☐ Autre montant _____ euros

Je choisis de faire un don :

- ☐ à titre personnel
☐ au titre de la société suivante :

Destinataire du reçu fiscal : _____

N° _____ Rue _____

Code postal _____ Ville _____

- ☐ Par chèque, à l'ordre de la **Fondation Jean-Jaurès**
À renvoyer à : Fondation Jean-Jaurès, 12 Cité Malesherbes, 75009 Paris
- ☐ Par virement bancaire, daté du : _____
au profit du compte Fondation Jean-Jaurès
IBAN : FR76 4255 9100 0008 0154 2120
862 BIC : CCOPFRPPXXX

- ☐ Sur HelloAsso



Reconnue d'utilité publique dès sa création, **la Fondation Jean-Jaurès** est la première des fondations politiques françaises. Elle est présidée par **Jean-Marc Ayrault**.

Indépendante, européenne et sociale-démocrate, elle se veut depuis plus de trente ans un lieu de réflexion, de dialogue et d'anticipation.

La collection des « Rapports », dirigée par **Laurent Cohen** et **Jérémie Peltier**, répond à l'ambition de faire naître analyses pertinentes et propositions audacieuses, mais aussi de mettre cette production intellectuelle et politique au service de tous.

© Éditions Fondation Jean-Jaurès
12, cité Malesherbes - 75009 Paris

www.jean-jaures.org

Derniers rapports et études :

07_2026 : Souvenirs pour demain. De l'exercice de l'opposition à l'exercice du pouvoir
Boris Vallaud

07_2026 : Partager les terres. De l'impératif climatique à la justice foncière
Jean Guiony

07_2026 : Jordan Bardella, des failles sous la banquise. Une exploration des faiblesses perçues
par son propre électorat
Raphaël LLorca

06_2026 : Discriminations, relégations : regards croisés des milieux ruraux et des quartiers
populaires
Mathieu Alapetite, Bassem Asseh, Romain Bendavid, Réda Didi, Jean-Philippe Dubrulle,
Ronan Gouhénant, Smaïn Laacher, Jean-Daniel Lévy, Laure Millet, Jérémie Peltier

06_2026 : Dans la France du vélo à assistance électrique
Mathieu Alapetite

06_2026 : Actes anti-LGBTI+ en France : nommer, qualifier et mesurer pour agir
Flora Bolter (coord.)

06_2026 : La passion militante. Participation civique, investissement associatif, implication
professionnelle
Denis Maillard, Yves Pellicier

06_2026 : Au cœur des centres commerciaux. Enquête sociologique
Mirabelle Barbier, Marie Cheval, Jérôme Fourquet, Gaspard Jaboulay, Coline Sesini

05_2026 : Pétition contre la loi Duplomb. Anatomie d'une mobilisation citoyenne
Amandine Clavaud, Marie Gariazzo

-  [fondationjeanjaures](https://www.facebook.com/fondationjeanjaures)
-  [@j_jaures](https://twitter.com/j_jaures)
-  [fondation-jean-jaures](https://www.linkedin.com/company/fondation-jean-jaures)
-  www.youtube.com/c/FondationJeanJaures
-  [fondationjeanjaures](https://www.instagram.com/fondationjeanjaures)
-  [fondationjeanjaures](https://www.soundcloud.com/fondationjeanjaures)
-  [fondationjjaures.bsky.social](https://bsky.app/profile/fondationjjaures.bsky.social)
-  bit.ly/4g6UANC

Abonnez-vous !



www.jean-jaures.org

Fondation
Jean Jaurès
ÉDITIONS