**Comment sont modérés les réseaux sociaux ?**

Qui est en charge du contrôle des contenus sur les réseaux sociaux comme TikTok et Facebook ? Une question qui revient souvent et qui mérite qu’on s’y intéresse en détail. Il existe bien des services de vigilance au sein des réseaux sociaux. La modération est encore principalement un travail humain, car même si l’intelligence artificielle continue de faire des progrès en termes de contrôle des contenus, les hommes et femmes sont encore irremplaçables. Il faut une certaine sensibilité pour comprendre le contexte d’un message et en quoi il peut être offensant en fonction des cultures. C’est pourquoi Meta, la maison mère du réseau social Facebook, emploie près de 15 000 modérateurs professionnels à travers le monde, évaluant les messages. Chacun d’entre eux revoit les postes signalés par l’un des 2,91 milliards d’utilisateurs actifs mensuels du réseau social caliornien. De nombreux problèmes ont cependant été soulevés, ces dernières années, quant au manque de moyens accordés aux modérateurs et à leurs conditions de travail. Car ils effectuent une mission titanesque : d’après le dernier rapport de Facebook sur la modération des contenus, en trois mois, 1,8 milliard de faux comptes ont été supprimés, ainsi que 22 millions de messages haineux. De son côté, TikTok, autre géant des réseaux sociaux, fêtait son milliard d’utilisateurs à travers le monde le 27 septembre. (*218 mots*) Elle a réussi à s’exporter en Europe et aux États-Unis, non sans mal : menace de suppression de l’application par Donald Trump, en 2020, inquiétude des autorités européennes vis-à-vis du Règlement général sur la protection des données (RGPD)… Pour réussir à s’exporter en dehors de Chine, Bytedance, l’entreprise porteuse de TikTok, a dû montrer patte blanche, notamment sur les questions de modération de contenus. Annoncé en août 2020, un « centre de transparence et de responsabilité » devrait ouvrir en Irlande, d’ici à 2022, pour permettre aux autorités européennes de mieux cerner les algorithmes utilisés par l’application, son usage des données personnelles et la sécurité de la plateforme. En revanche, le nombre de modérateurs travaillant pour TikTok reste difficile à trouver. Contacté, le service presse du réseau social n’a pas donné suite à nos demandes d’entretiens. On sait cependant que, plutôt que de confier la modération à des sous-traitants, comme Facebook, l’application a engagé des travailleurs du Web au sein de ses équipes. Dans son dernier rapport, TikTok affirme que 81 millions de vidéos ont été supprimées entre avril et juin 2021 pour infraction aux règles communautaires, « soit moins de 1 % de toutes les vidéos téléchargées », précise l’entreprise. Facebook, qui fait office de pionnier des réseaux sociaux, a compris l’importance de la modération sur son réseau depuis quelques mois : Après l’invasion de l’emblématique Capitole par des militants pro-Trump à Washington, le 6 janvier, la responsabilité de l’entreprise a été pointée du doigt par l’ensemble de la société américaine et par la lanceuse d’alerte Frances Haugen à l’origine des Facebook Files. Ces accusations publiques sur la responsabilité des réseaux sociaux dans de tels événements ont tendance à inquiéter les investisseurs et les annonceurs et peuvent faire plonger l’entreprise en bourse. D’où l’intérêt pour les réseaux sociaux de limiter au maximum les contenus choquants, susceptibles de faire monter des polémiques qui se retourneraient contre eux.

 D’après un article de Victor Guillaud-Lucet. *Ouest France,* 21 novembre 2021