

Société

CORPS ET RÉSEAUX SOCIAUX. LA FABRIQUE ORDINAIRE DU MAL-ÊTRE

Sophie Ferreira, Benoît Heilbrunn

09/07/2026

Alors que le débat public se focalise sur les dérives les plus visibles des réseaux sociaux (cyberharcèlement, désinformation, contenus extrêmes, etc.), une transformation 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. La lutte contre cette « toxicité invisible » que la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès explorent dans cette étude requiert des réponses claires de santé publique, mais implique aussi un choix de société.

Les auteurs :

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.

Table des matières

Introduction

La toxicité visible

Quand le bien-être fabrique le mal-être

La santé des jeunes sous l'influence des réseaux sociaux

Quantification de la beauté féminine et obsession de la perfection

Masculinité essentialisée : la performance comme identité

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

La santé désintermédiée : de l'autodiagnostic à l'auto-expérimentation

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

Le corps comme projet

Mon corps, ma start-up

Le corps comme preuve

Une propagande sans propagandistes

Gouverner par l'incertitude

Les machines à influencer

Une influence qui se croit choisie

Une violence douce

La marchandisation du mal-être

Un marché invisible

Quand le marché habite le corps

Acheter sa propre valeur

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

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

Agir sur les individus : redonner du pouvoir d'agir

Agir sur la société : réhabiliter l'ordinaire

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

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 coeur des flux numériques ; une enquête quantitative menée par l'Ifop¹ auprès d'un échantillon de 2000 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.

Annexes

- Les résultats du sondage Ifop « Réseaux sociaux et santé des jeunes : entre influence, exposition aux risques et prévention » pour la Fondation APRIL et la Fondation Jean-Jaurès, juin 2026.
- Le cahier-expert *Santé, réseaux sociaux et contenus ordinaires : les mécanismes de la toxicité invisible*, Fondation APRIL, juillet 2026.

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.