

L'Envoi : le fil a perdu le lien, la messagerie l'a recueilli — réouverture du dossier de l'hyperconnexion, l'écart vouloir/aimer et le dernier geste adressé

Delforge M.¹, Kaltenbach S.², Diallo T.¹, Verhoeven-Ionescu P.³

¹ Université de Mulhouse-Dunoir, Unité de l'Écart

² Université de Pau-Glaciaire, Observatoire du Défilement

³ Université de Perpignan-Hivernale, Service des Choses Envoyées*

* Le Service des Choses Envoyées est le seul service de l'Institut dont le courrier interne est intégralement lu.

DOI : 10.9999/icf.2026.envoi · icf.news/article-envoi

Résumé

En publiant l'étude n°45, l'Institut avait acquitté l'hyperconnexion : l'écart de bien-être entre connectés et déconnectés ne survivait pas au contrôle d'une seule covariable, le lien social. Ce n'était pas l'écran qui comptait ; c'était le lien. Le présent article rouvre ce dossier — non parce que l'Institut s'était trompé, mais parce que l'objet a changé sous lui : la plateforme dominante a, de son propre aveu et à dates publiques, retiré le lien du fil. Environ 30 % du fil moyen provenait en 2024 de recommandations algorithmiques, part doublée depuis mi-2022, avec un objectif déclaré de 40 % de contenus issus de comptes non suivis, pendant que la portée organique tombait à 2 ou 3 % et que la modération, resserrée dix ans durant, était assouplie le 7 janvier 2025. L'acquittement de la 45 était conditionnel au lien : la condition a été supprimée. 1 120 participants — 512 fondateurs inscrits entre 2007 et 2012, 512 héritiers arrivés après 2018, 96 abonnés payants — ont fourni 8 960 sessions naturelles, sondées à intervalle fixe par deux questions posées à deux moments : « voulez-vous voir la suite ? » pendant, « êtes-vous content de l'avoir vue ? » après. L'écart entre les deux est le rendement de la machine, et il se distribue exactement comme la théorie de la sensibilisation incitative le prédit : 0,3 sur les items de proches, 1,5 sur les suivis choisis, 3,7 sur le recommandé — le vouloir monte précisément là où l'aimer descend. On veut de plus en plus ce qu'on aime de moins en moins. Un geste, un seul, échappe à la machine : l'envoi. Dans les 38 % de sessions où quelque chose est envoyé à quelqu'un, vouloir et aimer se rejoignent (écart 0,2), et le regret post-session tombe de 58 à 31 %. Le lien n'a pas disparu de la plateforme : chassé du fil, il s'est réfugié dans la messagerie. Chez les 96 payants, les publicités disparaissent et la part recommandée ne bouge pas (47 → 46 %, ns) : le produit n'a jamais été la publicité. Verdict révisé, au sens strict : l'acquittement de la 45 est restreint, pas annulé — l'écran reste innocent, le fil recommandé est mis en examen. Et le titre dit le reste : en poésie, l'envoi est la strophe finale d'une ballade — la seule qui soit adressée à quelqu'un.

MOTS-CLÉS : fil · lien · vouloir/aimer · sensibilisation incitative · envoi · regret · recommandation · réouverture

Encart à l'attention du lecteur pressé — l'étude en clair

Il y a quelques années, l'Institut a jugé l'hyperconnexion : non coupable. Ce n'était pas l'écran qui abîmait les gens, c'était le manque de lien — et à l'époque, le fil en était plein : on y voyait ses proches. Depuis, la plateforme a changé la marchandise sans changer l'enseigne : environ un tiers du fil vient désormais de comptes que vous n'avez jamais choisis, et ça monte. L'Institut a donc rouvert son propre dossier avec deux questions posées à deux moments : pendant que vous défilez — voulez-vous la suite ? — et après — êtes-vous content de l'avoir vue ? Sur le contenu recommandé, les réponses divergent violemment : on veut très fort, on est content très peu. C'est la définition clinique du piège : vouloir de plus en plus ce qu'on aime de moins en moins. Un seul geste y échappe, toujours le même : envoyer quelque chose à quelqu'un. Là, vouloir et aimer se remettent d'accord, et le regret fond de moitié. Moralité provisoire, en attendant le verdict complet : la seule chose qu'on ne regrette pas d'avoir vue est celle qu'on a envoyée à quelqu'un. Le lien n'est pas mort. Il a déménagé dans la messagerie, et il y vit petitement.

1. Le dossier, la trajectoire, et ce que dit la littérature

1.1 L'acquittement conditionnel de l'étude n°45

« L'Hyperconnexion Innocentée » avait établi, sur 1 309 participants et quatre cohortes, un résultat que la presse n'avait pas voulu : l'écart de bien-être entre pensionnés connectés et déconnectés — réel, net, dans le sens attendu — ne survivait pas à l'introduction d'une seule covariable, le lien social hors ligne. L'écran était acquitté au motif que ce n'était pas lui qui comptait. L'Institut assume ce verdict et le relit aujourd'hui pour ce qu'il était : un acquittement *conditionnel*. L'écran était innocent tant que le lien faisait le travail. La présente étude ne demande pas si le juge s'est trompé. Elle demande ce qu'il advient du verdict quand la pièce à conviction change de contenu — et elle constate que la condition de l'acquittement a été, depuis, méthodiquement retirée de l'objet jugé.

1.2 La trajectoire de la plateforme, à dates publiques

L'Institut décrit ici une trajectoire documentée, et s'interdit de l'arbitrer. Au commencement, le mur : ce qui s'y affichait venait de gens qu'on connaissait — la plateforme a été, autour de 2010-2011, le lieu où le monde se regardait en direct, printemps arabes compris, et c'est cette période qui a fabriqué sa légende et ses fondateurs. Puis la politisation, et ses excès : la désinformation, les théories du complot, des organisations depuis dissoutes qui y recrutèrent à visage découvert. Puis le resserrement : des standards de communauté progressivement durcis, jusqu'à l'étroitesse des années de pandémie. Puis, le 7 janvier 2025, le mouvement inverse, annoncé par l'entreprise elle-même : fin du programme de fact-checking aux États-Unis, remplacement par des notes communautaires sur le modèle du réseau concurrent, et levée explicite de restrictions sur des sujets comme l'immigration et le genre. L'Institut date, source, et passe — le lecteur arbitrera. Car pendant que la modération faisait ce trajet aller-retour très commenté, une autre trajectoire, presque muette, transformait l'objet en profondeur : la composition du fil. Environ 30 % du fil moyen provenait en 2024 de recommandations algorithmiques, part doublée depuis mi-2022 ; la direction de l'entreprise a déclaré viser 40 % de contenus issus de comptes non suivis ; et la portée organique — ce que vos propres abonnés voient de ce que vous publiez — est tombée à 2 ou 3 %. Le modèle du concurrent chinois, un divertissement sans réseau, a été absorbé pour ne pas être absorbé par lui. On a beaucoup débattu de ce qu'on avait le droit d'y dire. On a très peu remarqué qu'entre-temps, on avait cessé d'y voir ceux qu'on connaît.

1.3 Vouloir n'est pas aimer

La neuroscience de la récompense a réglé depuis trente ans une confusion que le langage courant entretient encore : la dopamine ne code pas le plaisir. Elle code le vouloir — la saillance incitative, l'aimantation vers — tandis que l'aimer, le plaisir hédonique proprement dit, passe par d'autres systèmes. La théorie de la sensibilisation incitative, dont les auteurs viennent de publier le bilan à trente ans, décrit le mécanisme central de l'addiction comme une dissociation : le vouloir se sensibilise pendant que l'aimer s'éteint — on veut de plus en plus ce qu'on aime de moins en moins. La littérature récente a proposé un nom pour la version numérique du phénomène, le *dopamine-scrolling*, adossé aux programmes de renforcement à ratio variable — l'architecture exacte des machines de casino, appliquée au pouce. Et la vulgarisation sérieuse, de la psychiatrie des addictions aux séries documentaires qui ont passé les grandes applications au crible, converge sur le même point. La phrase que tout utilisateur connaît — « j'y suis resté, et j'ai regretté d'y avoir perdu mon temps » — n'est pas une faiblesse de caractère. C'est la description clinique de l'écart entre vouloir et aimer, prononcée par quelqu'un qui n'a pas eu besoin de la théorie pour le sentir.

1.4 La formule périmée

« Si c'est gratuit, c'est toi le produit » a fait le tour du monde et mérite sa retraite : elle laisse croire que le problème est la publicité, et donc qu'on pourrait l'acheter. L'offre payante de la plateforme — sans publicité, moyennant abonnement — fournit l'expérience naturelle qui règle la question, et la section 3.5 en donne les chiffres. On les annonce ici pour ce qu'ils font à la formule : on peut acheter le silence des annonceurs ; la recommandation, elle, reste — parce qu'elle n'est pas la réclame du magasin. Elle est le magasin.

1.5 La question, et le falsificateur

D'où la question, en deux étages. Premier étage : maintenant que le lien a été retiré du fil, que mesure-t-on, session par session, à l'endroit exact où la 45 avait situé toute l'affaire ? Second étage, et c'est l'hypothèse à risque : s'il reste du lien quelque part dans la machine, il doit se voir — non dans les déclarations, mais dans le seul geste du dispositif qui soit encore *adressé* : envoyer quelque chose à quelqu'un. L'étude n°44 avait, sans le savoir, construit l'instrument en mesurant la diffusion de vidéos courtes vers les proches ; l'étude n°45 avait rendu le verdict ; il aura fallu vingt-huit études pour s'apercevoir qu'ils s'attendaient. **Le falsificateur, déposé avant la première session et testé en premier : si l'écart vouloir/aimer au moment de l'envoi est égal ou supérieur à l'écart du défilement recommandé — si transférer se regrette autant que voir —, il n'y a pas de lien résiduel, l'hypothèse tombe, et l'étude paraîtra sous le titre « L'Extinction ».**

Encart — Sur le mot « falsificateur »

Ce mot revient souvent dans le corpus, et il vaut la peine de dire une fois pour toutes ce qu'il fait. Avant de recueillir la moindre donnée, l'Institut écrit noir sur blanc ce qui, s'il apparaît, prouverait que son hypothèse est fautive. Puis il va chercher, exprès. Ce n'est pas une précaution polie : c'est la seule différence entre une étude et une intuition qu'on a habillée de chiffres après coup. Une hypothèse qu'on ne peut pas perdre n'est pas une hypothèse, c'est une conviction. Le falsificateur est le pari qu'on prend contre soi-même avant de savoir qui va gagner.

2. Méthode

2.1 Fondateurs, héritiers, payants

1 120 participants, trois groupes. Les **fondateurs** (512) : inscrits entre 2007 et 2012 — la génération qui a créé le contenu originel et les premières communautés, celle dont le mur était peuplé de gens réels. Les **héritiers** (512) : arrivés en 2018 ou après, sur une plateforme déjà recomposée — ils n'ont jamais connu l'état antérieur, ce qui fait d'eux le seul groupe contrôle possible pour une nostalgie. Et les **payants** (96) : abonnés à l'offre sans publicité, recrutés à part et non sans mal, l'espèce étant rare. Aucun participant n'a été privé de son téléphone à aucun moment : l'Institut ne sèvre personne, et une mesure qui commence par confisquer l'objet mesure le manque, pas l'usage.

2.2 Deux questions, deux moments — et une sonde qui refuse le ratio variable

Chaque participant a fourni huit sessions naturelles — son défilement ordinaire, chez lui, sans consigne. Pendant la session, une sonde discrète pose la première question : « *voulez-vous voir la suite ?* », notée sur dix. C'est le vouloir, saisi à chaud. Après la session, la seconde : « *êtes-vous content de l'avoir vue ?* », sur dix également. C'est l'aimer, saisi à froid. L'écart entre les deux, item par item puis session par session, est la mesure centrale de l'étude : le rendement de la machine — nul quand on obtient ce qu'on voulait au prix où on le voulait, maximal quand le vouloir a signé des chèques que l'aimer refuse d'honorer. Une exigence du Comité mérite d'être citée au protocole : **la sonde elle-même est à intervalle fixe — six par session, régulièrement espacées — et jamais à intervalle aléatoire, le Comité ayant écrit que l'Institut refuse de devenir la machine qu'il mesure.** 53 760 sondes au total.

2.3 La provenance

Chaque item sondé a été codé en trois classes de provenance, en double lecture ($\kappa = 0,83$) : **proches connus** — l'item vient d'une personne que le participant connaît hors ligne, ou a rencontrée au moins une fois ; **suivis choisis** — pages, créateurs, groupes que le participant a explicitement décidé de suivre ; **recommandé** — tout ce que la machine a placé là sans qu'aucun choix du participant ne l'y invite. La somme des trois est le portrait du fil ; la part de la première est ce que l'étude appelle le taux de lien.

2.4 L'envoi

Enfin, l'instrument hérité de l'étude n°44 : chaque envoi — le partage d'un contenu vers une personne précise, par messagerie — a été horodaté, et le vouloir comme l'aimer mesurés à son endroit. On souligne la différence de nature : tout le reste du dispositif consiste à recevoir ce qui n'est adressé à personne ; l'envoi est le seul geste qui consiste à adresser quelque chose à quelqu'un. Si le lien a survécu quelque part, c'est là qu'il se cache, et nulle part ailleurs.

2.5 Ce que l'Institut n'a pas fait

Il n'a diagnostiqué personne : le mot « addiction » appartient, dans ces pages, à la littérature citée — l'étude mesure un écart, pas une pathologie. Il n'a pas re-mesuré le bien-être global : c'est le travail de la 45, il est fait, et le refaire reviendrait à juger deux fois le même prévenu pour éviter de regarder le nouveau. Il n'a rien conseillé, rien désinstallé, rien limité. Et il n'a pas demandé aux fondateurs si c'était mieux avant — question dont la réponse est connue d'avance, et dont la section 3.4 montre qu'elle se mesure très bien sans qu'on la pose.

2.6 Analyses

Écart vouloir/aimer par provenance et par groupe ; taux de lien comparé fondateurs/héritiers ; regret post-session avec et sans envoi ; sous-groupe payant avant/après sur la composition du fil ; et le falsificateur testé avant tout le reste — l'ordre des calculs étant la seule politesse qu'un pari mérite.

3. Résultats

3.1 Le taux de lien : la rue a rétréci

Chez les fondateurs, le fil se compose aujourd'hui de 22 % d'items venant de proches connus, 31 % de suivis choisis, 47 % de recommandé. Chez les héritiers : 14, 29, 57. Un item sur sept, chez les héritiers, vient encore de quelqu'un qu'ils connaissent — et la moitié du fil, dans les deux groupes, n'a été choisie par personne. Ces proportions sont cohérentes avec ce que l'entreprise déclare elle-même de sa trajectoire, et l'Institut note un détail de méthode qui n'en est pas un : chez plusieurs héritiers, la question « de qui vient ce contenu ? » a d'abord produit de l'incompréhension — la provenance n'est plus une catégorie spontanée de l'expérience. On ne se demande pas de qui vient le fil pour la même raison qu'on ne se demande pas de qui vient la pluie.

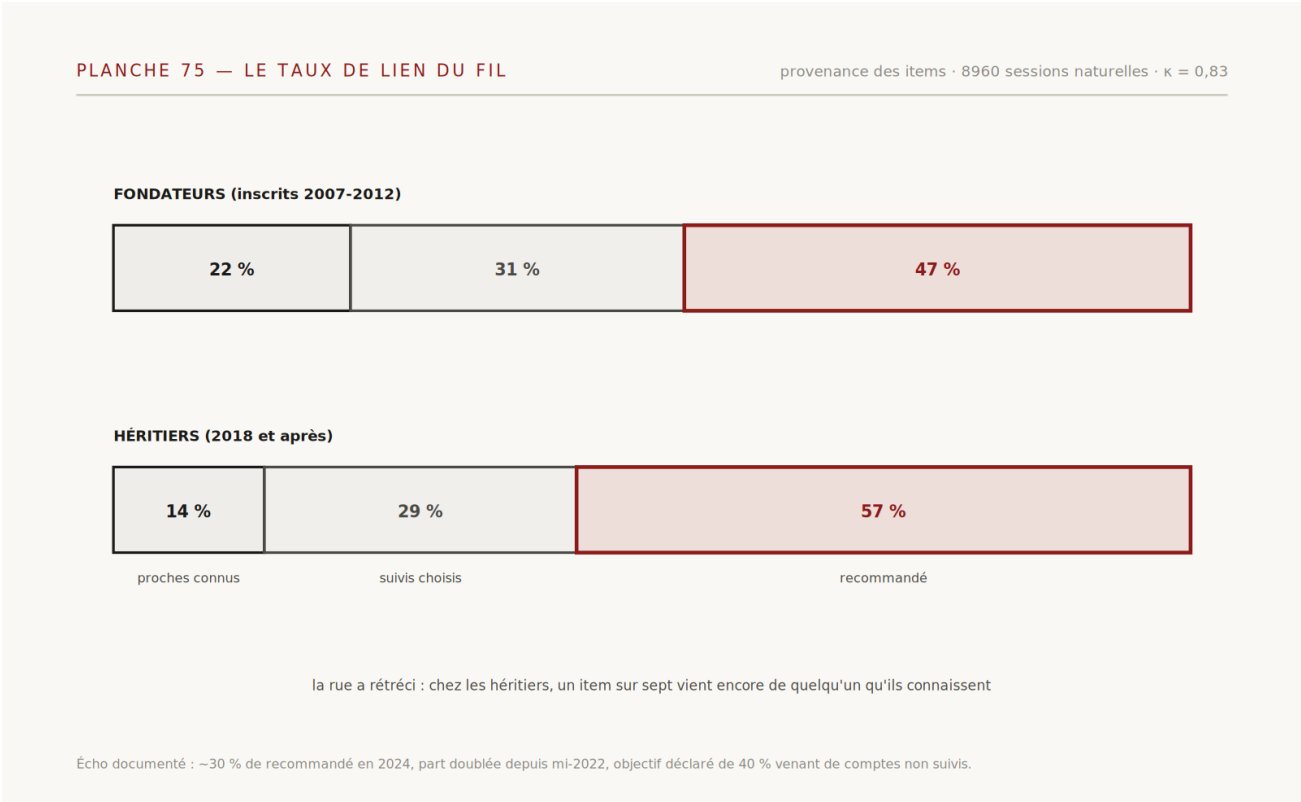


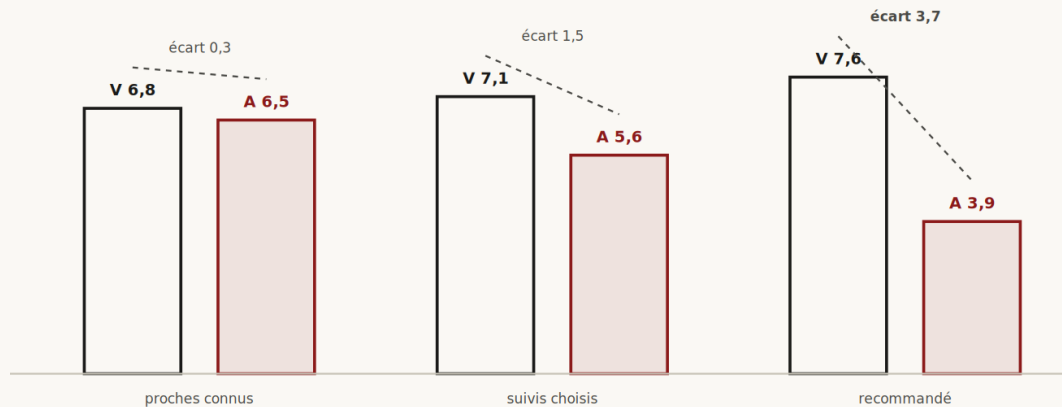
Planche 75 — La moitié du fil n'a été choisie par personne.

3.2 L'écart : la signature exacte de la sensibilisation

Sur les items de proches, vouloir 6,8, aimer 6,5 : écart 0,3 — on veut modérément, on est content pareil ; c'est la physiologie d'un lien qui fonctionne. Sur les suivis choisis : 7,1 contre 5,6, écart 1,5. Sur le recommandé : vouloir 7,6 — le plus haut du tableau — contre aimer 3,9 — le plus bas. Écart : 3,7. La lecture d'ensemble est la théorie elle-même, tracée par les données : **le vouloir monte exactement là où l'aimer descend**. Le contenu recommandé est celui qu'on veut le plus fort et qu'on aime le moins — la définition opérationnelle du produit de casino, et la raison pour laquelle la question « pourquoi j'y retourne alors que ça ne me fait plus rien ? » n'est pas un paradoxe mais un diagnostic de l'objet : la machine n'optimise pas ce que vous aimez, elle optimise ce que vous ne pouvez pas ne pas vouloir, et ces deux cibles ont officiellement divorcé.

PLANCHE 76 — L'ÉCART VOULOIR / AIMER

53760 sondes « voulez-vous la suite ? » (pendant) · « content de l'avoir vue ? » (après)



le vouloir monte exactement là où l'aimer descend — la signature de la sensibilisation incitative

On veut de plus en plus ce qu'on aime de moins en moins. La dopamine code le vouloir ; l'aimer passe par d'autres systèmes — et il décroche.

Planche 76 — On veut de plus en plus ce qu'on aime de moins en moins.

3.3 L'envoi : le falsificateur n'a pas touché

38 % des sessions contiennent au moins un envoi — un contenu transféré à une personne précise. À cet instant-là, et à cet instant seulement, les deux courbes se rejoignent : vouloir 7,2, aimer 7,0 — écart 0,2, le plus faible de toute l'étude, sous celui des items de proches eux-mêmes. Le falsificateur, testé en premier, n'a pas touché : transférer ne se regrette pas comme voir — c'est même la seule chose du dispositif qui ne se regrette pas du tout. Et l'effet déborde l'instant : les sessions contenant un envoi sont regrettées à 31 %, contre 58 % pour les sessions sans envoi. Le geste d'adresser quelque chose à quelqu'un divise le regret par deux — non parce qu'il raccourcit la session, les durées sont comparables, mais parce qu'il y dépose la seule chose que le reste du fil ne contient plus : un destinataire. « L'Extinction » ne paraîtra pas. Le lien n'est pas éteint. Il est réfugié.

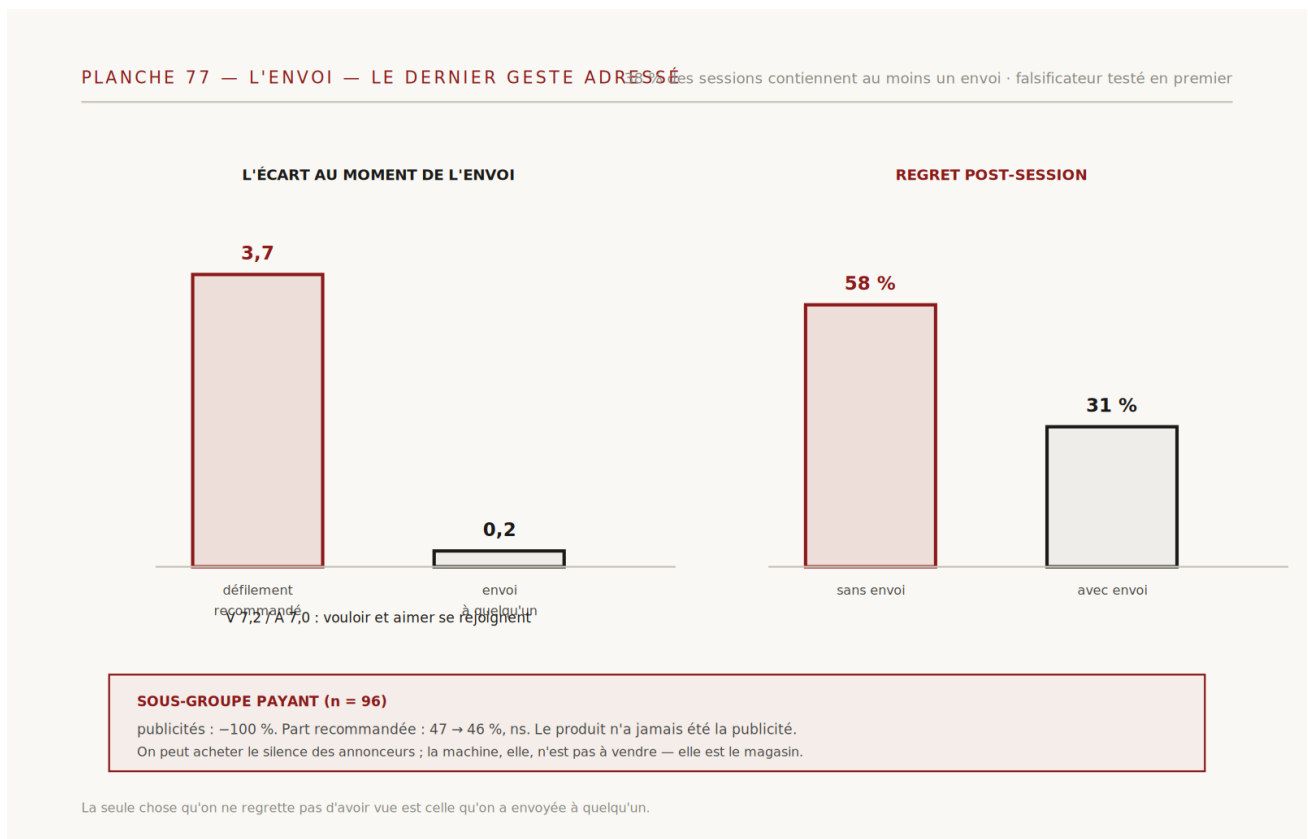


Planche 77 — La seule chose qu'on ne regrette pas d'avoir vue est celle qu'on a envoyée à quelqu'un.

3.4 Fondateurs et héritiers : la rue et le couloir

Les fondateurs regrettent davantage leurs sessions que les héritiers — 64 contre 51 % — et présentent l'écart vouloir/aimer le plus large sur le recommandé (3,9 contre 3,4). L'interprétation la plus sobre est aussi la plus dure : ils ont un point de comparaison. Ils ont connu l'état antérieur de l'objet ; leur regret n'est pas une humeur, c'est une mesure d'écart entre deux versions d'un même lieu — l'un des leurs l'a formulé en une phrase que l'Institut reproduit en annexe B et qui vaut tous les coefficients : son mur était une rue, c'est devenu un couloir d'aéroport, et il continue d'y marcher. Les héritiers, eux, n'ont rien perdu qu'ils puissent nommer : on ne regrette pas la rue quand on est né dans le couloir. Leur écart plus faible n'est pas une meilleure santé — c'est une absence d'étalon.

3.5 Les payants : le produit n'a jamais été la publicité

Chez les 96 abonnés à l'offre sans publicité, les publicités disparaissent intégralement — le contrat est honoré à la lettre. Et la part de contenu recommandé ne bouge pas : 47 % avant, 46 % après, non significatif. L'expérience règle le vieux slogan mieux qu'un éditorial : on peut acheter le silence des annonceurs, pas celui de la machine — parce que la recommandation n'est pas la réclame du magasin, elle est le magasin. Ce que l'abonnement vend n'est pas la fin de la captation ; c'est la captation sans coupure. L'Institut le formule sans procès d'intention, la chose étant écrite dans les conditions d'utilisation pour qui les lit : l'offre payante supprime les publicités. Elle n'a jamais promis de rendre le fil.

4. Discussion

4.1 Le verdict révisé : l'acquittement restreint

L'Institut rouvre rarement ses dossiers, et jamais pour le plaisir de se déjuger. Le verdict de la 45 est donc révisé au sens juridique le plus étroit : **restreint, pas annulé**. L'écran reste innocent — aucun résultat de la présente étude n'incrimine l'objet, la connexion, ni l'usage en général. Ce qui est mis en examen est plus précis : le fil recommandé, c'est-à-dire la partie de l'objet d'où le lien — la variable qui avait porté tout l'acquittement — a été retirée à dates publiques et documentées. La 45 disait : ce n'est pas l'écran, c'est le lien. La 73 ajoute : le lien a quitté le fil, et l'écart vouloir/aimer a pris sa place. Les deux études ne se contredisent pas ; elles encadrent, à quelques années d'écart, le même déménagement.

« La seule chose qu'on ne regrette pas d'avoir vue est celle qu'on a envoyée à quelqu'un. » Dossier de l'étude, note de synthèse de l'Unité de l'Écart

Et il faut dire ce que l'envoi est, puisque le titre le porte. En poésie ancienne, l'envoi est la strophe finale de la ballade — celle qui, après tous les couplets, s'adresse enfin à quelqu'un : *Prince...* Le dispositif contemporain a conservé exactement cette structure sans le savoir : des couplets que personne n'adresse à personne, en quantité industrielle, et, de loin en loin, une strophe adressée — un Reel transféré avec trois mots. Le geste que la plateforme traite comme une fonction de partage est, dans les données, le dernier endroit où vouloir et aimer se tiennent ensemble. La note interne 2026-08/F rapportait la phrase du Conseiller Clinique sur ce qu'un dispositif fictif ne produira jamais : c'est la limite du fictif, l'ocytocine. Les présentes données suggèrent que le fil recommandé partage cette limite avec l'Institut — il peut tout simuler, sauf la rencontre. La différence est que l'Institut le savait, et l'avait énoncé pour lui-même.

4.2 Ce que le résultat ne dit pas

Il ne dit pas que la plateforme rend malade : la 45 tient, le bien-être n'a pas été re-mesuré, et personne n'a été diagnostiqué. Il ne dit pas que les héritiers sont des victimes : ils présentent l'écart le plus faible et le regret le plus bas — leur rapport à l'objet est, terme à terme, moins coûteux que celui des fondateurs, et l'étude se refuse à appeler « perte » ce qui, pour eux, n'a jamais été là. Il ne prescrit rien : envoyer plus de Reels n'est pas un traitement, et l'Institut refuse d'avance la lecture qui transformerait la reconvergence de l'envoi en conseil de bien-être numérique — le geste protège parce qu'il est adressé, et un geste adressé sur ordonnance cesse de l'être. Enfin, il ne dit rien du crash : si une machine tourne au vouloir pendant que l'aimer s'éteint, la théorie prédit l'usure de ce qui la rendait digne d'être ouverte — mais c'est une extrapolation, l'Institut la dépose au conditionnel et la laisse aux études futures : l'Institut date ses constats, il ne date pas ses craintes.

4.3 Encart — la Fiche Produit de Soi, versant profil

Encart — La FPS, l'autre versant

La présente étude porte sur le fil — ce qu'on reçoit. Le corpus de l'Institut a nommé ailleurs le versant symétrique, ce qu'on émet : la Fiche Produit de Soi — la compression de la personne à des formats standardisés où il devient structurellement impossible de se distinguer des autres fiches. Les deux versants relèvent du même mouvement : un dispositif qui a cessé de relier des personnes optimise ce qui reste — des attentions d'un côté, des présentations de l'autre. Le fil a son écart vouloir/aimer ; la FPS attend le sien — l'écart entre la personne et sa fiche est mesurable, et l'Institut dépose ici, en une ligne, le programme d'une étude à venir.

5. Limites

La première limite est la plus sérieuse et c'est le Dr Osei-Mensah qui l'a exigée en clair : **la reconvergence de l'envoi pourrait être un artefact de sélection** — on envoie ce qu'on aime déjà, et l'écart faible refléterait le tri, pas le geste. L'Institut ne peut pas l'exclure avec un dispositif observationnel, et il le dit sans détour ; le falsificateur de la prochaine étude du domaine est donc déposé : il faudra manipuler — assigner l'envoi, comparer l'assigné au spontané — et si le geste n'ajoute rien au tri, la strophe adressée n'était qu'un accusé de réception, et l'étude paraîtra sous « Le Tri ». Deuxième limite : les sondes, même à intervalle fixe, altèrent la session qu'elles mesurent — on ne défile pas pareil quand on sait qu'on sera interrogé, et l'Institut soupçonne que l'écart réel, non observé, est plus grand que l'écart mesuré, ce qu'il écrit sans s'en réjouir. Troisième : les fondateurs racontent aussi leur jeunesse quand ils racontent leur mur — la part de la plateforme et la part de l'âge ne sont pas totalement séparables, et la 72 vient d'établir ce que vingt ans font aux plans mêmes de ceux à qui il n'arrive rien. Quatrième : une seule plateforme a été étudiée, la plus documentée ; la généralisation aux autres machines à ratio variable est plausible et non démontrée. Enfin, l'échantillon payant est petit (96) — l'espèce est rare, et l'Institut n'a pas voulu la grossir en payant les abonnements lui-même, pour une raison qui tient en une ligne des Déclarations.

Déclarations

Approbation éthique. Le Comité a approuvé le protocole au titre de l'article 7, avec trois exigences : que la sonde soit à intervalle fixe et jamais aléatoire — l'Institut refuse de devenir la machine qu'il mesure, et le Comité a demandé que la phrase figure au procès-verbal ; qu'aucun participant ne soit privé de son appareil, sévré, limité ni conseillé ; et que le mot « addiction » ne soit jamais prononcé devant un participant à propos de lui-même. La Pr Bonnefoy-Tissot a lu la section 3.5, et déclaré que découvrir que le produit n'a jamais été la publicité était « le genre de résultat qui coûte exactement le prix d'un abonnement » ; sa présence est consignée.

Consentement. Les 1 120 participants ont consenti à « une étude sur les moments passés sur les applications », formulation exacte et volontairement plate. L'Institut n'a payé aucun abonnement : les 96 payants l'étaient de leur propre initiative, l'Institut estimant qu'un abonnement offert aurait mesuré la gratitude et non l'usage.

Contributions. M. Delforge a conçu la double sonde et défend l'idée que toute machine devrait être jugée sur l'écart entre ce qu'on en veut et ce qu'on en retire, y compris celles de l'Institut. S. Kaltenbach a dirigé l'Observatoire du Défilement et codé la provenance. T. Diallo a conduit les analyses par cohorte et conservé la phrase de la rue et du couloir. P. Verhoeven-Ionescu a dirigé le Service des Choses Envoyées et fait remarquer que l'étude n°44 tenait l'instrument depuis le début — remarque dont l'antériorité fait l'objet d'une réclamation interne. Le Dr K. Osei-Mensah a conduit les modèles, exigé que l'artefact de sélection figure en tête des limites et non en queue, vérifié deux fois que l'écart de 0,2 survivait aux items appariés, et consigné que « pour une fois, ce qui se rejoint l'inquiète davantage que ce qui diverge » — versé au registre des choses qui l'inquiètent modérément. Mme É. Beaumont-Schiavetti a versé une note sur la carte postale, « un Reel qui mettait huit jours, et qu'on gardait » — la comparaison s'arrête là, précise-t-elle, la carte postale n'ayant jamais recommandé d'autres familles que la vôtre. Le correspondant de l'Institut a exigé que le falsificateur soit testé avant tout autre calcul, ce qui a été fait. Le Conseiller Clinique a fourni l'observation-source sur l'envoi comme recherche de lien, et demandé que l'étude ne conseille rien à personne, ce qui a été fait aussi.

Conflits d'intérêts. Les quatre auteurs déclarent utiliser la plateforme étudiée, dans des proportions qu'ils qualifient de « conformes à la section 3.2 », ce qui n'est pas un démenti. L'Unité de l'Écart déclare vivre de la mesure des écarts et avoir donc un intérêt structurel à ce que le monde en produise.

Disponibilité des données. Les écarts agrégés, la grille de provenance et le protocole de sonde sont disponibles sur demande motivée. Les contenus envoyés par les participants ne sont disponibles pour personne : ils étaient adressés.

Références

- Favier, L. (réal.) (2019). *Dopamine* [série documentaire]. Arte.
- Institut du Constat Fondamental (2026). La Diffusion Compensatoire. Étude n°44 du corpus.
- Institut du Constat Fondamental (2026). L'Hyperconnexion Innocentée. *Cahiers de Psychologie des Usages Numériques et du Lien*, 2(1). Étude n°45 du corpus.
- Institut du Constat Fondamental (2026). La Déclaration. *Annales du Statut Relationnel*, 1(1). Étude n°71 du corpus.
- Kaplan, J. (2025). More speech and fewer mistakes. *Meta Newsroom*, 7 janvier 2025.
- Lembke, A. (2021). *Dopamine Nation: Finding Balance in the Age of Indulgence*. Dutton.
- Robinson, T. E. et Berridge, K. C. (2025). The incentive-sensitization theory of addiction 30 years on. *Annual Review of Psychology*, 76, 29-58.
- Sharpe, B. T. et Spooner, R. A. (2025). Dopamine-scrolling: a modern public health challenge requiring urgent attention. *Perspectives in Public Health*.
- Déclarations publiques de la direction de Meta sur la composition du fil (2022-2026) : objectif de 40 % de contenus issus de comptes non suivis ; part recommandée d'environ 30 % en 2024, doublée depuis mi-2022. Presse spécialisée, sourcée au dossier.

Annexe A — La sonde et la grille de provenance

La sonde : six interruptions par session, à intervalle fixe, une seule question — « voulez-vous voir la suite ? », de 0 (« non, et je m'arrête ») à 10 (« oui, immédiatement »). En fin de session, une seule question — « êtes-vous content de l'avoir vue ? », de 0 à 10, portant sur les items sondés puis sur la session entière. **Interdits du protocole** : aucune sonde à intervalle aléatoire ; aucune question sur le temps passé (« le temps n'est pas un aveu ») ; aucun affichage du score au participant. La grille de provenance : **proches connus** — la personne existe hors ligne pour le participant, une rencontre au moins ; **suivis choisis** — l'abonnement résulte d'un geste explicite du participant, quelle qu'en soit l'ancienneté ; **recommandé** — tout le reste, publicités exclues (comptées à part). En cas de doute, l'item va au gris, et le gris est une donnée. Consigne aux juges : la provenance se code sur le lien, pas sur le contenu — une vidéo de cuisine envoyée par votre sœur est un item de proche.

Annexe B — Trois entretiens

Trois voix, une par groupe. Détails modifiés, séquences conservées.

Q. Homme, fondateur (inscrit en 2009). Vous souvenez-vous de votre mur ?

« Mon mur était une rue. Les gens que je croisais dedans, je les croisais aussi dehors — c'étaient les mêmes. Quand quelqu'un postait, c'était quelqu'un. On a écrit l'histoire en direct là-dessus, vous savez. Les révolutions, on les a regardées ensemble, en commentant, avec des gens qu'on connaissait. [question du clinicien : et maintenant ?] Maintenant c'est un couloir d'aéroport. Du passage, des écrans, des annonces — personne que je connaisse. Très animé, remarquez. Jamais vide. [silence] Je continue d'y marcher tous les jours. C'est ça que je n'explique pas. La rue me manque et je marche dans le couloir. »

Q. Femme, héritière (inscrite en 2019). Ce contenu que vous regardez — de qui vient-il ?

« Comment ça, de qui ? [on précise : la personne, le compte, la source.] Ah. Je ne sais pas. C'est... ça vient du téléphone. [rire] Non mais je comprends la question, c'est juste que je ne me la pose jamais. C'est comme demander de qui vient la pluie. Il y a des trucs bien, des trucs nuls, ça défile. [question du clinicien : et quand quelque chose vous plaît vraiment ?] Ah, ça c'est différent. Quand c'est vraiment bien, je l'envoie à ma sœur. [un temps] C'est peut-être ça, votre réponse, en fait. Quand c'est vraiment bien, ça vient de quelqu'un — parce que ça va vers quelqu'un. »

Q. Homme, abonné payant. Pourquoi avoir pris l'abonnement ?

« Pour qu'on arrête de me vendre des choses. C'était le principe : je paie, on me laisse tranquille. Et je dois reconnaître : les publicités sont parties, du jour au lendemain, toutes. [question du clinicien : et le fil ?] Le fil est resté exactement pareil. Les suggestions, les comptes que je ne connais pas, les vidéos qui appellent d'autres vidéos — tout est resté. J'ai mis du temps à comprendre ce que j'avais acheté, en fait. J'ai payé pour découvrir ce qui n'était pas à vendre. »