

Audition par la commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur les effets psychologiques de TikTok sur les mineurs

Notes de préparation

Par Jean Cattan
secrétaire général du Conseil national du numérique

Nota bene : les présentes notes ont été partagées avec la commission d'enquête et sont publiées à des fins de transparence. Elles ne sauraient engager d'autre personne que leur auteur.

[Vidéo de l'audition](#)

Table des matières

Les travaux du Conseil et son ouvrage sur l'économie de l'attention	2
Un problème général qui appelle des réponses structurelles.....	2
Un changement d'approche structurel.....	4
Les réseaux sociaux sont des médias centralisés et donc des éditeurs.....	5
De nombreux remèdes structurels à disposition	5
Un changement de perspective nécessaire sur le rapport au marché.....	7
Pour une Commission cheffe d'orchestre	7
Un pouvoir d'action national existant	8
Un changement d'approche de nos liens sociaux, modes et bassins de vie	8
Sélection bibliographique	10

Les travaux du Conseil et son ouvrage sur l'économie de l'attention

Le Conseil national du numérique est une instance consultative indépendante dont les travaux ont porté depuis 2011 sur beaucoup d'aspects de l'économie des plateformes. Depuis 2021, [ses travaux](#) ont adopté une perspective résolument sociétale pour s'intéresser à ce que le numérique nous fait, fait à notre environnement informationnel, à notre bien-être, à la construction des savoirs, à la démocratie.

Parmi les travaux qui intéressent votre commission, on notera tout particulièrement le dossier publié dès janvier 2022 et réalisé sous la direction d'Anne Alombert et Olga Kokshagina « [Votre attention s'il vous plaît ! Quels leviers face à l'économie de l'attention ?](#) » Le Conseil a depuis lors tiré le fil de l'analyse du modèle de l'économie de l'attention pour atterrir sur des leviers de politique publique déclinés notamment dans deux notes ([ici](#) et [là](#)) qui ont là aussi fortement contribué au débat, notamment dans le cadre des Etats généraux de l'information, au niveau européen en lien avec la société civile, ainsi que dans de nombreuses contributions au débat public.

Un problème général qui appelle des réponses structurelles

Si TikTok affecte négativement l'état psychique des mineurs, il est établi que le problème n'est pas seulement celui de TikTok, n'est pas seulement un problème psychologique et n'est pas seulement un problème de mineur. **C'est le problème de tous les médias sociaux aujourd'hui, c'est un problème sociétal et c'est un problème qui touche toute la population.**

Le problème auquel nous faisons face est celui de plateformes qui ont fondé leur fonctionnement sur l'économie de l'attention et la fermeture. La commission d'enquête ici constituée offre l'opportunité d'aborder le problème par un angle essentiel, la protection des plus jeunes, et permet de mettre sur la table des réponses structurelles qui seraient au bénéfice de tous.

Sur l'économie de l'attention, les choses sont clairement établies : l'utilisateur n'est pas le client du réseau social. Le client du réseau social est l'entreprise à laquelle est vendue un espace publicitaire. Ainsi un intérêt prime assez logiquement sur l'autre. Ce qui n'exclut pas pour autant que l'intérêt de l'utilisateur pourra être visé mais en ce qu'il satisfera celui de l'annonceur.

Sur la fermeture, celle-ci se décline sous deux aspects :

- d'une part, l'enfermement des utilisateurs à travers son incapacité à jouir d'une quelconque portabilité ou interopérabilité et
- d'autre part, la fermeture de la plateforme à toute fonctionnalité pouvant être proposée aux utilisateurs par des tiers au réseau social.

Le réseau est le seul maître de sa forteresse, il y enferme les utilisateurs et leur vend des produits. C'est ce qui a amené à Cory Doctorow à qualifier de « [merdification](#) » le processus de dégradation des plateformes. La question est donc structurelle avant

d'être une question de contenu. Nous avons une structure fermée dont le modèle économique est celui de l'exploitation de l'attention du plus grand nombre à des fins commerciales. Ce modèle s'inscrit dans le prolongement de la télévision, un modèle de média unidirectionnel qui s'inscrit en opposition frontale avec celui de la démocratie comme l'établissait [Stiegler](#).

C'est un modèle qui se fonde aussi sur la création du mal-être en vue de son optimisation commerciale. Car comme le disait [Rob Horning](#), *« Il s'avère que les entreprises technologiques ont construit une infrastructure sociale uniquement pour mieux la saper, pour contribuer à la démanteler en tant qu'espace de résistance à la commercialisation, à la marchandisation et à la médiatisation. Il y a plus d'argent à gagner en sabotant le "graphe social" qu'en l'exploitant, car les personnes isolées sont des consommatrices plus fiables. / Mon intuition sur les réseaux sociaux a toujours été qu'ils veulent que vous détestiez vos amis. Qu'ils veulent que vous les voyiez sous leur pire jour, comme des frimeurs cherchant sans cesse à susciter l'envie. »* Or, cette consommation n'est pas thérapeutique : elle contribue à l'inverse à aggraver le mal être qu'elle vient combler. Ainsi, selon un récent sondage britannique [70% des adolescents disent se sentir plus mal après avoir consulté les réseaux sociaux qu'avant](#). A partir de là, la modération ne peut être opérante puisqu'elle s'inscrit en contrariété avec ce qui est devenu la raison d'être du réseau social et son effet le plus tangible sur la population : le mal-être, ressource et résultat de ces réseaux sociaux commerciaux, que certains décrivent désormais comme des [réseaux « anti-sociaux »](#).

Plus encore, dès 2022, le Center for Countering Digital Hate (CCDH) témoignait du fait que TikTok est [Deadly by design](#) car promouvant les contenus proanorexie. C'est ce qui a été abordé avec retard par le débat public. C'est une question que l'on aborde sous le terme de #SkinnyTok mais c'est un constat que le CCDH a aussi fait dans le cas de Youtube dans un [rapport publié en février dernier](#). 1/3 des contenus recommandés à 10 faux comptes de jeunes filles seraient proanorexie. Quand on voit le traitement favorable fait sur une émission de grande écoute à Youtube considéré comme « le bon élève », il y a un problème. Ce problème est systémique et structurel. Il ne s'agit pas que de mineurs qui plus est. C'est un problème qui touche toutes les plateformes et qui a des conséquences sur la santé publique des populations comme sur le fonctionnement même des régimes démocratiques.

A partir de là, le problème n'est plus seulement psychologique, il est social et politique. Une société délitée où les personnes sont montées les unes contre les autres, que ce soit sur le terrain des idées, des croyances, des manières d'être, des performances est un monde dans lequel il n'est plus possible de construire quoi que ce soit en commun. [Comme l'énonçait Stiegler](#), il n'y a plus de « Nous », c'est-à-dire de projets collectifs, il n'y a qu'un ensemble de « on », c'est-à-dire, de profils individuels qui se comparent les uns aux autres à travers des processus de quantification et de fragmentation du « je ». C'est là que réside la vraie fracture numérique.

Un changement d'approche structurel

Pour résoudre cette situation, nous devons agir sur la structure. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont perçus comme des touts alors que ce ne sont que des sommes de fonctionnalités. On considère normal que le propriétaire du réseau social soit en situation de contrôle total et donc de monopole sur chacune des fonctionnalités de son réseau social. En ce sens, le réseau social est vu comme un seul produit incluant une fonction de recommandation algorithmique, de modération, de recherche, une application, une API (*Application Programming Interface*) sous contrôle du réseau social, etc. Cette conception des choses est totalement fallacieuse et antinomique avec ce qui est possible ou avec l'histoire des technologies numériques. Un réseau social peut tout à fait être conçu comme une somme de fonctionnalités pouvant être fournies par un nombre infini de personnes et non pas comme étant soumises à la logique monopolistique qui préside au fonctionnement du réseau social aujourd'hui.

Aujourd'hui quand vous arrivez sur un réseau social on vous propose du contenu tout de suite. De sorte à basculer vers une économie de l'intention, vous pourriez très bien arriver sur un écran noir avec une boîte de recherche. Aujourd'hui la fonction de recherche fonctionne mal, vous pourriez en avoir une qui fonctionne mieux. La modération est désastreuse, elle pourrait être opérée autrement. Vous avez une seule application, vous pourriez en avoir de très nombreuses différentes. Les API sont fermées, elles pourraient être ouvertes.

Enfin, vous pourriez avoir la possibilité de paramétrer les systèmes de recommandation, comme sur Bluesky, ou bien de choisir entre différents systèmes de recommandation : par exemple, en vous connectant sur X, vous ne seriez pas obligé(e)s de suivre les recommandations d'Elon Musk. Il en va de même sur TikTok, vous pourriez choisir un autre système de recommandation qui ne vous recommande pas des contenus proanorexie, par exemple.

Dans le même sens, aujourd'hui, pour configurer votre réseau social avec le peu d'options offertes, il faut fouiller dans des menus avec une chance de succès assez faible. Mais si les réseaux sociaux sont en mesure de nous forcer l'installation de leur service d'IA, pourquoi ne peut-on pas configurer nos algorithmes, paramètres et fonctions de modérations par simple requête formulée en langage naturel ?

[Il est intéressant d'observer que ce mardi 3 juin, le lendemain de l'audition, TikTok [annonçait](#) des mesures allant en ce sens, ce qui montre bien qu'une plus grande impulsion en ce sens est techniquement et commercialement soutenable.]

Tout cela tient au fait que **le réseau social définit toutes les conditions de l'expérience tandis que les personnes ne décident de rien**. Cette asymétrie se retrouve également dans la propagation du contenu qui, elle aussi fonctionne sur un mode asymétrique. Les gens voient globalement la même chose et produisent beaucoup moins qu'ils ne voient. C'est donc un média, un média asymétrique de type *broadcast*.

Les réseaux sociaux sont des médias centralisés et donc des éditeurs

Pour reprendre la formule d'une dirigeante d'un réseau social commercial : « ce que nous ne recommandons pas, vous ne le voyez pas ». Un réseau social n'est donc pas un réseau, et il n'est pas social : c'est un média centralisé avec peu de contributeurs et beaucoup de spectateurs captifs. Avant tout captifs des recommandations promues par tel ou tel géant du numérique, qui a lui-même potentiellement des intérêts politiques et pourra soumettre ces usagers à tout type de propagande subreptice s'il le souhaite.

Cette situation peut largement être corrigée. Mais pour cela, en tant qu'institution étatique, il faut opérer un retour sur soi et considérer la capacité d'action de la puissance publique sur les entreprises privées. Le détournement par des secteurs régulés est intéressant pour cela. Dans la tradition libérale européenne, c'est l'Etat qui définit les conditions d'exercice de l'activité économique. L'Etat est l'architecte d'un marché qu'il veut plus ou moins libre. Et c'est lui qui accorde cette marge de liberté.

Depuis plus de 20 ans, c'est la puissance publique européenne qui accorde un régime d'irresponsabilité de principe en traduisant la section 230 en droit européen dans la directive 2000/31 eCommerce puis, en France, dans l'article 6 de la LCEN (loi pour la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004). Ce sont les législateurs de part et d'autre de l'Atlantique qui donnent le droit à YouTube et consorts d'exister. Sans régime d'irresponsabilité des hébergeurs, pas de plateformes aux contenus générés par les utilisateurs, pas de réseaux sociaux.

Sur cette situation, la puissance publique, qu'elle soit nationale, européenne ou américaine peut tout à fait revenir. Il pourrait tout à fait être considéré que la neutralité de l'hébergeur ne doit plus être appréciée au regard de son intervention sur l'élaboration directe du contenu mais au regard de son pouvoir de recommandation. Car les créateurs de contenus s'adaptent nécessairement à la volonté du réseau de recommander telle ou telle chose. Nous sommes donc face à une vaste hypocrisie. Et la notion d'hébergeur n'était certainement pas faite pour couvrir cette situation.

Les réseaux sociaux, lorsqu'ils ont un pouvoir de recommandation fort au point de déterminer ce qui est produit et vu, ne sont plus des réseaux sociaux mais des médias sociaux et ne sont dès lors plus de simples hébergeurs. A l'inverse, ce ne sera pas le cas d'un réseau social qui ne fait pas de sa recommandation algorithmique l'alpha et l'oméga de sa plateforme.

De nombreux remèdes structurels à disposition

Au-delà de la requalification nécessaire des grands réseaux sociaux commerciaux il nous faut reconnaître un pouvoir d'action de la puissance publique sur la structuration de l'offre de services faite par les réseaux sociaux. La puissance publique peut agir sur la structure du réseau social dans la perspective d'en assurer l'ouverture. En ce sens elle peut :

- Considérer la **portabilité** comme une obligation pour les entreprises et non seulement comme un droit des utilisateurs. Aujourd'hui, le règlement sur les marchés numériques, le DMA s'arrête en son article 6.9 à offrir à l'utilisateur la possibilité d'une portabilité de données telle que consentie par les réseaux sociaux. Or la portabilité est un mécanisme transactionnel qui doit être imposé aux réseaux de départ et d'arrivée, sous surveillance d'un régulateur, pour que l'utilisateur n'ait pas à subir d'incertitude ou de perte dans son passage d'un réseau à l'autre. C'est un renversement de la logique actuelle de la portabilité qu'il nous faut opérer.
- Assurer une **interopérabilité horizontale** permettant l'interconnexion des réseaux sociaux entre eux afin de sortir des effets de réseau. C'est une possibilité ouverte pour l'avenir par l'article 7 du DMA. Elle doit absolument être transformée en obligation dès la première révision du texte.
- Imposer une **interopérabilité verticale** sur les fonctionnalités essentielles du réseau social, à commencer par la recommandation algorithmique, la modération, le choix de l'application et des fonctions de recherche, ce que l'on a pu appeler le dégroupage des réseaux sociaux ou encore le pluralisme algorithmique. Les écosystèmes de Bluesky et Mastodon ainsi que leurs protocoles sous-jacents nous montrent que cela est possible. De nombreux acteurs économiques et la société civile soutiennent cette évolution. Là encore le DMA ouvre la voie vers de telles obligations en les imposant déjà aux fabricants de terminaux et fournisseurs de systèmes d'exploitation mobiles.
- Imposer des **fonctionnalités alternatives pour les mineurs**, à l'instar des lignes directrices de la Commission actuellement soumises à consultation publique. Il s'agirait là d'une avancée. Mais en l'état, les lignes directrices sont purement indicatives. D'autant que cette avancée à elle seule nous fait aussi reculer de deux pas en considérant implicitement que ce qui ne serait pas bon pour les mineurs, serait bon pour les adultes et aussi que la plateforme resterait un interlocuteur unique légitime. La plateforme n'est pas plus légitime que n'importe quelle autre entité pour proposer un algorithme ou un service de modération alternatif. Elle ne peut être soumise qu'à une chose : au principe d'ouverture non discriminatoire au profit des tiers.

Toutes ces recommandations doivent être sous-tendues par une **régulation tarifaire et des conditions d'ouverture des barrières que sont aujourd'hui les API**, soit les interfaces entre le réseau et les acteurs extérieurs. Cette régulation tarifaire, paradoxalement nécessaire dans une économie ouverte, pourra voir émerger des offres alternatives de fonctionnalités si ce n'est de réseaux sociaux, lesquels feront probablement l'objet d'un prix à payer. L'enjeu sera alors de penser les conditions d'accessibilité équitables, comme on l'a fait avec le service universel dans les secteurs régulés. A ces conditions d'accès équitable doivent s'ajouter un accès gratuit pour les organes de recherches, médias et entités gouvernementales chargées de l'auditabilité des plateformes.

Un changement de perspective nécessaire sur le rapport au marché

- Mais pour cela il faut considérer qu'une économie et une société ouvertes reposent en réalité sur l'intervention de l'Etat sur la structure du marché, des entreprises et des services qu'elles proposent. L'Etat est un ouvrier d'économie sans pareil. Il doit aujourd'hui jouer ce rôle. Il n'est point besoin de chercher des modèles étrangers pour cela. Le modèle à viser est précisément le modèle européen qui a fait par exemple le succès de l'ouverture du secteur des télécoms.
- Cela amène à considérer que le modèle de la plateforme centralisée est un problème auquel il faut substituer le modèle du protocole, libre, ouvert, distribué. Pour prolonger le trait de ce que défendait [Mike Masnick](#) il y a une demi-douzaine d'années, c'est le modèle des protocoles qui fondent Mastodon et Bluesky (ActivityPub et AT Protocol) qu'il faut promouvoir.
- C'est dans ce modèle que l'Etat pourrait investir en soutenant leur développement et l'écosystème applicatif qui s'y greffe. Dans une perspective d'autonomie, les autorités publiques pourraient intervenir dans le développement et le maintien de briques essentielles à des réseaux sociaux ouverts fondés sur des logiciels et protocoles ouverts. C'est le sens de l'action portée par la [Sovereign Tech Agency](#) en Allemagne ou encore celle de la Dinum en France avec la [Suite numérique](#). Nous avons une capacité de proposition de logiciels et de briques logicielles qui fonctionnent bien mieux que celles développées par les grandes entreprises du numérique, et ce, dans le respect de l'intérêt général. Une thématique portée depuis longtemps par des acteurs comme [Open Future](#).

Cette action sur la structure du réseau social en vue de son ouverture est donc ce vers quoi la révision du cadre européen doit viser. A cette ouverture doit s'ajouter **une ouverture de l'action publique**.

Pour une Commission cheffe d'orchestre

Aujourd'hui nous avons une Commission en monopole sur la surveillance des très grandes plateformes. Mais celle-ci n'est qu'en deuxième rideau. C'est la plateforme qui maîtrise l'analyse et la remédiation de ses propres risques. C'est le coordinateur des services numériques d'Irlande, lieu d'établissement de la plupart des très grandes plateformes, qui gérera les demandes faites par le monde de la recherche. L'architecture néfaste des réseaux sociaux rejoint une autre architecture tout à fait problématique qui est celle du cadre imposé par le DSA et le DMA qui placent les autorités nationales comme l'Arcom en 3^e rideau. Celles-ci doivent à l'inverse pouvoir mobiliser une dynamique fédérale garantie par la Commission. Ce qui est l'inverse de la situation actuelle où celle-ci s'est arrogé un rôle de forteresse et de contrôleur qu'elle n'arrive pas à respecter.

La Commission se voit comme l'interlocuteur unique des plateformes les plus problématiques et ne pense pas son action sur le modèle. Elle ne pense son action qu'à la marge, soit sur la modération, soit sur la transparence publicitaire, soit sur la vérification de l'âge des mineurs, question hautement sensible s'il en est. Mais à quel moment les médias sociaux actuels sont-ils bons pour l'ensemble de la population ? A quel moment est-ce qu'une politique éducative ou le comportement de parents peut remédier à un problème qui est inscrit dans l'architecture même de nos infrastructures sociales numériques ? La réponse est nécessairement inopérante puisqu'elle se situera au niveau comportemental et non pas structurel.

Un pouvoir d'action national existant

En l'absence d'une telle logique d'action collective orchestrée par la Commission, les Etats disposent bien d'une capacité d'action législative conférée par l'interprétation donnée par la CJUE de l'article 3.4 de la directive eCommerce 2000/31 dans son arrêt *Google Ireland* du 9 novembre 2023. Cette capacité d'action législative doit viser à confier un pouvoir de régulation asymétrique, proportionné et spécifique. Le DSA reconnaît la prévalence de la directive 2000/31 et doit être interprété comme ne faisant pas entrave à cette possibilité.

Un changement d'approche de nos liens sociaux, modes et bassins de vie

En attendant, nous devons lutter et tout particulièrement sur la structure de notre environnement social. C'est pour cela que nous devons accorder une importance considérable à l'architecture de nos liens sociaux en dehors des réseaux sociaux numériques au temps qui nous est laissé pour nous occuper de nos enfants, aux espaces de vie en commun et parmi eux aux espaces de jeux.

Extraits non modifiés de la note transmise à la mission Enfants écrans en mars 2024 :

« Où sont passés les enfants des villes ? » Cette question est celle posée dans le [titre](#) d'un article paru dans Le Monde en 2022 et auquel l'actualité autour des espaces [No Kids](#) fait écho. Alors que les enfants ont de moins en moins leur place dans l'espace public, il est intéressant d'interroger la capacité des plus jeunes à s'approprier cet espace pour interroger en retour la sédentarité et l'enfermement lié à un usage intensif des écrans. Examiner les dynamiques autour des cafés des enfants, des rues aux enfants (voir le réseau d'acteurs locaux porté entre autres par le Cafézoïde à Paris) montre empiriquement que quand un espace public est dédié aux enfants alors l'écran y a moins sa place.

Alors que l'on se penche particulièrement sur le cas des adolescentes dans leur rapport aux réseaux sociaux, portons notre attention sur leur place dans l'espace public. Les études sur les [budgets genrés](#) et leur sentiment de sécurité dans l'espace public nous indiquent une discrimination forte. Déployer les espaces ludiques, sportifs, culturels, associatifs dans la rue ou non dédiés aux

plus jeunes semble être une voie à explorer. S'assurer que les femmes y aient accès sans entrave ou discrimination est fondamental. Concrètement, toute considération politique mise à part, cela amène mathématiquement à questionner la répartition de l'espace occupé dans les villes par les différentes activités qui s'y déploient (entre la voiture et les espaces de jeu par exemple) ou encore l'absence de présence sociale dans la rue.

Devenir acteurs en misant sur les arts. De manière consciente ou non, dans le même mouvement qu'il annonçait la création de votre mission, le Président de la République apportait une partie de la réponse au problème qu'il vous soumettait en annonçant la généralisation des cours de théâtre. Le théâtre est l'exemple type de ce dont nous aurons le plus besoin à l'ère de l'intelligence artificielle. Au-delà de cet étendard et de manière générale, **la culture en tous lieux, les arts, et tout particulièrement les plus corporels et matériels d'entre eux sont à valoriser plus que jamais et sont notre atout majeur.**

La danse parmi eux emporte un rapport au corps précieux et permet d'embarquer une partie importante de la jeunesse (n'oublions pas que c'est sur la danse que s'est construit le succès de TikTok), le théâtre emporte la mémorisation, l'interprétation des sentiments, de même évidemment que la peinture et la musique. Insister sur ces pratiques artistiques, qui sont autant de terrains d'exploration et de jeu mêlant le physique au psychique, est primordial. Sortons de la marginalisation des heures de sport, de musique et d'arts plastiques.

Le fait que la première prise de parole de la récemment nommée ministre de la culture ait porté sur les MJC montre combien la question de l'accès à la culture en tous lieux et tous les publics est consensuelle. La culture emporte avec elle un projet de société qui est très en phase avec la société française. Misons sur nos atouts historiques et civilisationnels, lesquels résident pour une très large part dans le domaine culturel. Cette empreinte sur le monde donnera alors une autre coloration aux machines déployées par ailleurs et seront un moyen de résistance d'une force incomparable.

Couper court à la technoférence. La question de la relation des enfants aux écrans commence probablement avec la relation des parents aux écrans. Parmi les comportements compulsifs des parents vis-à-vis de leur téléphone, se pose la question de la place des écrans dédiés au travail à la maison et de la relation au travail. Le présentisme qui se traduit par une incapacité à décrocher, l'absence de lieux mêlant lieux de travail et espace de jeux, les difficultés liées aux modes de garde les jours de télétravail, etc. conduisent à une permanence des écrans dans le foyer et à une démultiplication des expositions isolées aux écrans.

Aussi, avons-nous pensé le télétravail comme un droit individuel là où il est en réalité l'opportunité d'une mise au clair collective, dans l'environnement professionnel, sur ce qui peut être exigé ou non du parent aux heures où il doit

s'occuper de ses enfants. De même que le télétravail touche le collectif familial : pendant que le parent travaille devant un écran, le plus facile est encore de mettre l'enfant devant l'écran. Si elles étaient réellement préservées, la déconnexion et les horaires de travail raisonnables permettraient d'enclencher une autre relation des enfants aux écrans : faire entrer dans les conventions que le temps où le parent est avec l'enfant n'est pas un temps où l'on peut attendre une réponse à un mail ou un rendu de sa part. Il s'agit là d'affirmer avec plus de vigueur le droit à la déconnexion, voire de tourner ce droit en un [devoir de déconnexion](#), professionnel et collectif.

Valoriser le sommeil. La phrase bien connue du président de Netflix : « Notre principal concurrent est le sommeil et nous sommes en train de gagner. » doit être prise au sérieux tant l'exposition aux écrans entraîne des privations de sommeil particulièrement néfastes. Au-delà du modèle de développement de Netflix, cette phrase rencontre une réalité : le sommeil est associé à la fénéantise et à l'absence d'accomplissement personnel. Il n'y a qu'à entendre les propos générations après générations et dans le monde entier de nombreux dirigeants sur leurs courtes nuits et leur faible besoin en sommeil. **Une parole politique positive sur le sommeil nous ferait grandir.** Elle pourrait passer par une [absence de valorisation](#) de la figure du chef ne dormant pas, un apprentissage et une compréhension des apports du sommeil dans la société, voire des campagnes informationnelles à destination du grand public.

Sélection bibliographique

Travaux du Conseil national du numérique (2021 à 2025) :

- i. Récits et contre-récits. *Itinéraires des fausses informations.*
- ii. Votre attention s'il vous plaît ! *Quels leviers face à l'économie de l'attention ?*
- iii. Pour un numérique au service des savoirs. *De l'informatisation à la capacitation.*
- iv. Feuille de route du Conseil national de la refondation Numérique sur l'apaisement de l'espace en ligne
- v. Cultiver la richesse des réseaux.
- vi. Assurer nos libertés à l'ère de l'intelligence artificielle.
- vii. Eveil à la vie affective, relationnelle et sexuelle. *Donner le pouvoir d'agir.*

- viii. Nombreux éditos pour « Cénum », la lettre d'information hebdomadaire du Conseil national du numérique.

Autres institutions :

- Panoptikon Foundation :

https://panoptikon.org/sites/default/files/2023-11/peoplevsbigtech_panoptikon_prototyping-empowerment_brief_20112023.pdf

- Georgetown University :

<https://kgi.georgetown.edu/research-and-commentary/better-feeds/>

- Bruegel Institute :

<https://www.bruegel.org/policy-brief/its-time-european-union-rethink-personal-social-networking>

- Columbia University :

<https://knightcolumbia.org/content/protocols-not-platforms-a-technological-approach-to-free-speech>

Sélection de publications de Jean Cattan sur les réseaux sociaux

Note

Contribution à la mission enfants écrans (extraits ci-dessus)

Ouvrage

Avec Serge Abiteboul, « Nous sommes les réseaux sociaux », Paris, Odile Jacob, 2022, 256 pp.

Articles, tribunes et entretiens

1. « D'autres réseaux sociaux sont possibles », *Droits et libertés. Revue de la LDH*, avril 2025, n°209, pp. 46-47.
2. « Démocratiser notre rapport à la technologie, un Café IA à la fois », *Annales des mines, Enjeux numériques*, mars 2025, n°29, pp. 15 et s.
3. Propos recueillis par Khalil Auguste Ndiaye, « Avec l'arrivée de TikTok Shop en France, le Conseil National du Numérique s'inquiète de l'évolution des réseaux sociaux », *L'Humanité*, 28 mars 2025.

4. « Cultivons les pages blanches », Chut ! Magazine, février 2025.
5. « Les communs numériques comme horizon démocratique », in C. Mongouachon (Dir.), Actes du colloque sur « L'Union européenne et l'économie numérique », Aix-en-Provence, PUAM, 2025.
6. Entretien par J. Sénéchal, « Partout où il y a un écran, il faut redoubler de lien social et affectif », Le Figaro Magazine, 16 novembre 2024.
7. « Opening up social networks: thinking beyond the current framework », Concurrences, in Concurrences' 20th Anniversary: Why Competition?, novembre 2024.
8. Propos recueillis par Ch. de Laubier, « Face à la puissance des Gafam, poursuivons la mise en capacité d'agir du plus grand nombre sur le numérique », in Le Monde, édition du 24 septembre 2024.
9. « Digital Services Act », Dictionnaire du droit de la concurrence, Concurrences.com, juillet 2024.
10. Avec Célia Zolynski, « IA : notre mise en capacité commence par la collecte de données », *L'état de l'internet en France. Tome 3 de l'édition 2024 du rapport d'activité de l'Arcep*, juillet 2024.
11. « Règlement sur l'intelligence artificielle : un risque peut en cacher un autre », in Rapport annuel sur l'état de l'Europe, Fondation Robert Schuman, mai 2024.
12. Avec Anne Alombert, « Et si les réseaux sociaux devenaient une chance pour nos démocraties ? », Theconversation.com, 11 janvier 2024.
13. « A la modération, citoyens ! », Chut ! Magazine, janvier 2024.
14. « Défendre la richesse des réseaux de manière étendue, c'est aussi enrichir les ressources qu'exploitent les intelligences artificielles », Lemonde.fr, 23 décembre 2023.
15. « Donnons-nous la capacité d'innover et de choisir là où une poignée d'entreprises ont imposé leur loi. », Revue Politique et Parlementaire, 21 décembre 2023.
16. Avec Célia Zolynski, « Le défi d'une régulation de l'intelligence artificielle », AOC.media, 14 décembre 2023.
17. « L'algorithme de TikTok, un inconnu si familier », Le 1 Hebdo, n°475, 13 décembre 2023.
18. « Réseaux sociaux : ce n'est pas la fin de l'histoire. », 01Net, novembre 2023.

19. « Les liens que l'Etat tisse avec la population sur les réseaux sociaux ne devraient pas dépendre des frasques de leurs dirigeants. », Acteurs publics, 27 octobre 2023.
20. « Réseaux sociaux : le prix de la qualité...et de notre liberté ! », Ouest France, 26 octobre 2023.
21. « Le passage des réseaux sociaux au payant est-il une bonne chose ? », La Croix, 11 octobre 2023.
22. « Pour une régulation ouverte et collective des réseaux sociaux », Chut ! Magazine, n° 14, octobre 2023.
23. « Où débattre en ligne ? », Ouest France, 26 septembre 2023.
24. « Les réseaux sociaux peuvent offrir de nouvelles possibilités pour des formes d'éducation populaire », Alternatives économiques, 19 septembre 2023.
25. « Avec le Digital Markets Act, le travail de la Commission européenne ne fait que commencer », Siecledigital.fr, 7 septembre 2023.
26. « Meta : une sanction pour le bien collectif ? », Latribune.fr, 26 mai 2023.
27. « Comment révolutionner le modèle économique des réseaux sociaux pour les fonder sur une expérience de qualité et sur notre liberté de choix », Lemonde.fr, 14 avril 2023.
28. « Quel avenir pour les réseaux sociaux ? », La Nouvelle République, 11 avril 2023.
29. « 100 jours après son rachat, Musk a-t-il tué Twitter ? », Usbeketrica.com, 4 février 2023.
30. Avec Serge Abiteboul, « M. Musk, si vous voulez vraiment mettre Twitter au service de la démocratie, ouvrez-le ! », Le Monde, 9 novembre 2022, p. 31.
31. Avec Anne Alombert, « Des mondes en commun ? », Le 1 Hebdo, 28 septembre 2022
32. Avec Joëlle Toledano, « La Commission dans la mise en œuvre du DMA : Citadelle assiégée ou chef d'orchestre ? », Concurrences, n°3-2022, septembre 2022.
33. Avec Joëlle Toledano, « Le Digital Markets Act permettra-t-il à l'Europe de reprendre le pouvoir sur les GAFA ? Probablement pas tout de suite », Groupe d'études géopolitiques, Décembre 2021.

34. Avec Serge Abiteboul, « Nos réseaux sociaux, notre régulation », Le grand continent, avril 2020.
35. Avec Louis Magnes, coordination du dossier « Briser le monopole des Big Tech. Réguler pour libérer la multitude » de Sébastien Soriano, Digital New Deal, septembre 2019.
36. « Trois choses à emmener sur une île déserte. Ebauche de principes de cyberpolitique », La revue des juristes de Sciences Po, n°17, juin 2019, pp. 58 et s.