Igor Galligo

COMMENT LE DROIT DU NUMÉRIQUE PEUT-IL RÉGULER LA CRISE DE L'ATTENTION ?

Débats-Ateliers les 15 avril, 12 mai et 2 juin 2021

Argumentaire général

Avec la naissance du « capitalisme cognitif » (Moulier-Boutang) s'est constitué un nouveau champ de recherche et de production économique : il s'agit de l'économie de l'attention. Les consommateurs et autres agents économiques disposent d'un temps réduit et de capacités limitées pour traiter et analyser des flux d'informations sans cesse croissants. Les individus étant détenteurs d'une quantité d'attention limitée, ils peuvent l'allouer à différents usages en fonction de l'utilité qu'ils en retirent. La micro-économie fait dès lors de l'attention son nouvel objet, devenu la ressource rare et cruciale des consommateurs. Les sociétés commerciales ne sont donc pas seulement exposées à une situation de fournisseur d'informations, mais aussi de guerre attentionnelle, dont le défi consiste à capter toujours plus fortement et plus longtemps l'attention des individus transformés en consommateurs. Cela produit une situation d'hyper-sollicitation de l'attention qui fragmente et distribue l'attention des individus entre plusieurs canaux d'information et objets commercialisés. Cette distraction permanente met en crise certaines capacités noétiques et culturelles qui se fondent traditionnellement sur l'attention focalisée et continue.

Cette crise de l'attention est instrumentée par de Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication et des designs numériques qui répondent aux logiques de ce nouveau « capitalisme numérique » (Casilli). Les GAFAM, en particulier, avec l'avènement d'un nouveau « capitalisme des plateformes » (Srnicek) ont développés de nouveaux designs d'interface qui manipulent des « vulnérabilités psychologiques » pour attirer et conserver toujours plus l'attention de leurs usagers, au point que certains chercheurs déclarent aujourd'hui une responsabilité technologique des GAFAM dans l'apparition de certaines pathologies de l'attention, telles que le syndrome de saturation cognitive ou le Trouble Déficitaire de l'Attention avec (ou sans) Hyperactivité ou encore de nouveaux types d'addiction. Des tensions apparaissent ainsi entre, d'une part, les valeurs de travail, de liberté (d'attention et d'intention), les exigences de création et de production qui reposent *traditionnellement* sur la possibilité d'une attention libre, focalisée et continue, et d'autre part, le développement d'une économie consumériste de l'attention qui distrait systématiquement l'attention des usagers par des technologies de captation de plus en plus puissantes.

Depuis 2016, plusieurs anciens designers numériques employés par les GAFAM ont admis avoir contribués à la production d'interfaces numériques élaborées avec les protocoles et principes de conception du « persuasive design » (Stanford university). Celui-ci

enseigné dans certains départements d'informatique et de design au sein de grandes universités américaines, et s'appuyant sur une science nouvelle appelée « captologie », vise à manipuler l'attention des usagers en exploitant leurs « vulnérabilités psychologiques » à des fins commerciales. Ainsi, les GAFAM sont aujourd'hui accusés de provoquer une crise culturelle majeure qui frappe en particulier les jeunes générations. Tristan Harris, James William, Roger McNamee, Justin Rosenstein, Sean Parker, Chamath Palihapitiya, Steve Wozniak et bien d'autres, reconnaissent ainsi une destruction de l'attention par les GAFAM, technologiquement organisée et économiquement motivée, à laquelle ils ont eux-mêmes participé. C'est en particulier le cas de Tristan Harris qui a démissionné en 2016 de ses fonctions de « designer ethicist » qu'il occupait chez Google et a depuis fondé un think tank désormais célèbre, the « Center for Humane Technology » qui vise à dénoncer le modèle économique de l'attention des GAFAM et à proposer des alternatives.

Pour lutter contre cette tendance orchestrée par les grandes industries du numérique, certains spécialistes en sciences juridiques proposent aujourd'hui de créer et d'instaurer un « *droit numérique de protection de l'attention* » qui viserait à réguler la conception des plateformes numériques en interdisant notamment l'exploitation des vulnérabilités psychologiques des usagers à des fins commerciales.

Cependant, les termes du problème définis par *ce nouveau chantier du droit du numérique* posent eux-mêmes question en ce qu'ils semblent se fonder ou reprendre à leur compte des conceptions du psychisme héritées de certains courants cognitivistes des sciences cognitives, qui sont contestés au sein du monde de l'anthropologie et des sciences des médias.

En effet, les théoriciens des médias contemporains (Erich Horl, Dieter Mersch, Bernard Stiegler, Siegfried Zielinski, Yves Citton, etc.), héritiers des pensées de Gilbert Simondon, Marshall McLuhan, Friderich Kittler, Vilem Flusser et bien d'autres, défendent l'idée que l'être humain est un "être technique"; autrement dit que son *étant* est toujours constitué par la technique ou la technologie qui médiatisent son rapport au monde par des prothèses, appareils, dispositifs, environnements techniques ou technologiques. Ce qui implique qu'il n'y a pas lieu d'opposer « individu » et « technique » ou « technologie », mais plutôt d'observer chaque fois comment l'*individuation*, pour l'écrire avec les termes de Gilbert Simondon, est constituée par les médias techniques ou technologiques, élaborant alors les concepts d'*individuation technique* et de *milieu technique*. L'*individuation technique* étant toujours constituée par un *milieu technique*, engendrant des *écologies techniques*. C'est dans ce sillage que naîtra plus tard « l'archéologie des médias », une science qui consiste à analyser pour chaque époque les effets des inventions techniques et médiatiques, produits sur l'*individuation*.

Or, si nous souscrivons à ce reversement métaphysique, il devient difficile de pouvoir « *protéger l'attention des individus* » déclaration juridique qui ne fait plus sens, puisque l'attention est toujours co-constituée et co-produite par un *milieu technique*. L'attention, comme la mémoire, est une matière qui se forme et se transforme en relation avec un milieu technique. Vouloir la « *protéger* » n'aurait donc pas de sens, car cela viendrait à croire en son autonomie, à une préconception innée, représentation héritée d'une conception cognitiviste de l'appareil psychique, qui a été fortement remise en question depuis plusieurs décennies.

Selon les sciences des médias, toute tentative politique qui voudrait *protéger*, par le droit, l'attention, devrait donc préalablement énoncer les époques techniques et médiatiques de l'attention qu'elle prend inconsciemment pour modèle au nom de la crise actuelle. Dès lors, un droit numérique de l'attention ne consisterait plus à devoir légiférer pour protéger les usagers d'une atteinte à leur intégrité cognitive (et donc d'adhérer à une position cognitiviste) depuis l'avènement d'une féroce économie numérique consumériste de l'attention, mais à défendre des formes culturelles de l'attention qui se sont constituées à travers des *cultures techniques et médiatiques*.

Le point de vue de ce cycle de débats-ateliers soutiendra qu'une réflexion en sciences juridiques sur le droit de l'attention doit être menée à la lumière de la critique écologique de l'*anthropologie de la culture* formulée contre le cognitivisme, mais aussi à la lumière des *sciences des médias* pour identifier et défendre la diversité et la singularité culturelle des époques techniques de l'attention.

L'enjeu consistera donc à produire une critique épistémologique du *droit de l'attention* pour appréhender sa genèse à partir de fondements anthropologiques et épistémologiques qui tiennent compte de la relation écologique de l'individu aux mondes, mais aussi de conceptions éco-techniques de l'individu promues par les sciences des médias.

NOÖDESIGN
École Universitaire de Recherche ArTeC
conseil national du numérique
TESaCo
IRJS Institut de Recherche Juridique de la Sorbonne
Université Paris 1 Panthéon Sorbonne
École de droit de la Sorbonne