

Introduction aux problématiques de l'attention

1. La « distraction » est relative à une tâche jugée impérative, et elle est donc souvent un effet de rapports de pouvoirs.

2. L'attention implique toujours autre chose qu'un objet d'attention.

Une structure de pratique (informée de pouvoir) assigne tâches et pertinences
Des habitudes à la fois inertes et évolutives inscrivent l'attention dans une histoire
L'attention est processus d'extraction d'une figure à partir d'un fond
→ Problème d'une écologie de l'attention : l'attention au fond/environnement

3. L'attention révèle les clivages d'instances multiples au sein du sujet attentif.

Moi ≠ Ça ≠ Surmoi ou Conscient ≠ Inconscient (Freud et la psychanalyse)
Jouisseur (polymorphe) ≠ Citoyen (multinational) ≠ Terrien (pas de plan(ète) B)

4. L'attention doit s'appréhender à travers une multiplicité de couches.

Diagramme 1 : Le mille-feuille attentionnel

Attention collective	envoûtements médiatiques		publics
Attention organisationnelle	institutions		Membres
Attention conjointe	situations relationnelles		foules/groupes
Attention individuante	choses/expériences		Individus
<i>réflexive</i>	valeurs	<i>évaluations</i>	Sujets
<i>volontaire</i>	objets	<i>focalisations</i>	système exécutif
<i>automatique</i>	saillances	<i>captivations</i>	système perceptif

5. Une économie de l'attention s'efforce de quantifier et de marchandiser des flux d'attention considérés comme une rareté dominante et une source de valorisation.

Je suis attentif à ce que je valorise ↔ Je valorise ce à quoi je suis attentif
Relativité de la rareté de l'attention (coût d'opportunité)
Rareté croissante de l'attention en fonction d'opportunités et de sollicitations
Présupposés problématiques de toute mesure quantitative de l'attention
(homogénéisation, effort mental, stock limité, possibilité d'accumulation par apprentissage et à travers médias de masse)

6. En-deçà de toute quantification, l'attention humaine relève de modalités et de registres qualitativement multiples et divers.

Diagramme 2 : Les régimes attentionnels (adapté de Dominique Boullier)

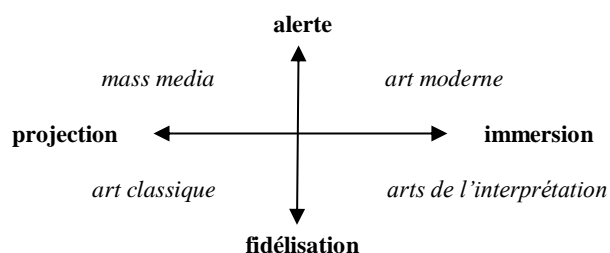


Diagramme 3 : Attention standard vs attention esthétique (selon Jean-Marie Schaeffer)

	Attention standard	Attention esthétique
Modalité d'opération	Démarche sérielle, monodique Attention focalisée Traitement ascendant guidé par le stimulus	Démarche parallèle, polyphonique Attention distribuée ou diffuse Traitement descendant guidé par l'attention
Fonctionnalisation	Traitement économique (rapidité) Succès = vitesse de catégorisation Traitement soumis à une tâche pré-assignée Ignorer le bruit	Traitement anti-économique (lenteur, surinvestissement, dépense) Acceptation d'un retard de catégorisation Traitement sans tâche extérieure Écouter le bruit

7. Depuis l'âge des médias de masse et du numérique ubiquitaire, notre attention se tourne de plus en plus souvent et intensément vers des représentations médiales (et de moins en moins vers notre environnement immédiat).

Diagramme 4 : Types de rétentions et protentions (selon Bernard Stiegler)

Rétentions <i>primaires</i>	Perceptions actuelles (<i>in praesentia</i>)	Attention perceptive
Rétentions <i>secondaires</i>	Souvenirs d'impressions passées (<i>in absentia</i>)	Attention mémorielle
Rétentions <i>tertiaires</i> (= media)	Extériorisations et fixations techniques de perceptions : jamais la proportion des rétentions tertiaires n'a été aussi grande dans la façon dont les humains « s'imaginent » le monde (<i>praesentia + absentia</i>)	Attention médiée
Protentions	Anticipations de perceptions futures	Attentes (basées sur rétentions)

Diagramme 5 : Media / Médias / Médiums (adapté de Thierry Bardini)

GRAPHIE	DEFINITION	ADJECTIF
medium / media	Ce qui passe par un appareil de médiation pour enregistrer, communiquer et/ou traiter des impressions sensibles « <i>Les media consistent en une action de plier le temps, l'espace et les agentivités</i> » (Jussi Parikka)	<i>médial</i>
média / médias	Ce qui permet une diffusion de masse au sein de « publics »	<i>médiatique</i>
médium / médiums	Ce qui induit un brouillage des causalités linéaires habituellement reconnues comme rationnelles dans les opérations de communication (principe de causalité formelle par boucles récursives)	<i>médiunmique</i>

Diagramme 6 : Attributs des media (selon Marshall T. Poe)

Attribut du medium	Attribut du réseau	Besoin humain	Pratiques sociales	Valeur culturelle
<i>Accessibilité</i> +/-	Diffus / Concentré	Pouvoir -/+	Egalisé / Hiérarchisé	Egalité / Elitisme
<i>Confidentialité</i> +/-	Segmenté / Connecté	Secret +/-	Fermé / Ouvert	Privatisme / Publicisme
<i>Fidélité</i> +/-	Iconique / Symbolique	Plaisir +/-	Sensualisé/Conceptualisé	Réalisme / Idéalisme
<i>Volume</i> +/-	Illimité / Contraint	Diversions +/-	Hédonisé / Economisé	Hédonisme / Ascétisme
<i>Vitesse</i> +/-	Dialogique/Monologique	Expression +/-	Démocratisé / Centralisé	Délibérativisme/Autoritarisme
<i>Portée</i> +/-	Extensif / Intensif	Curiosité → présent +/-	Diversifié / Simplifié	Pluralisme / Monisme
<i>Persistance</i> +/-	Additif / Substitutif	Curiosité → passé +/-	Historicisé / Ritualisé	Temporalisme / Eternalisme
<i>Explorabilité</i> +/-	Cartographié/Non-cartographié	Autonomie +/-	Amateur / Professionnel	Individualisme/Collectivisme

8. L'expression « faire attention » manifeste la singularité de l'agir attentionnel ainsi que son lien intime avec une forme attentionnée de sollicitude et de soin.

Faire attention = à la fois to do / tun et to make / machen

Attention prédatrice du chasseur ≠ attention soignante de l'infirmier

Attention pronatrice du financier ≠ attentions respectueuses des sentiments et de la politesse

AUTRES DIAGRAMMES

Diagramme 7 : La méta-attention esthétique

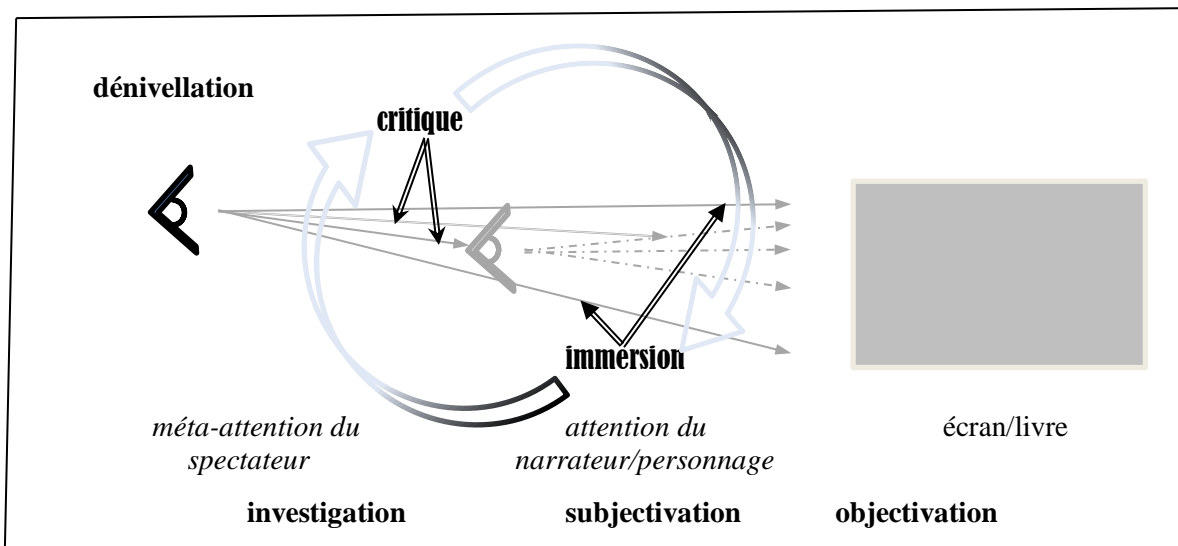


Diagramme 8 : Improviste des appareils / Improvisation des gestes (adapté de Vilém Flusser & P.-D. Huyghe)

