

L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION

PAR YVES CITTON*

Au carrefour des neurosciences, des technologies numériques, du marketing, des sciences de la communication, de la rhétorique, de la sociologie et de l'activisme politique, un nouveau champ de recherches et de réflexion est en train de prendre forme autour de la notion d'*économie de l'attention*. Dans nos sociétés offrant un accès virtuellement illimité à l'écrit, au son et à l'image, le « temps d'attention » apparaît comme la nouvelle rareté en passe de reconfigurer les lois de l'économie et de la politique.

De l'économie des biens matériels à l'économie de l'attention

À la suite des intuitions du sociologue Gabriel Tarde (1902), des travaux d'Herbert Simon (1971), des essais à succès d'Alvin Toffler (qui popularise la notion d'*information overload* en 1970) et de l'ouvrage programmatique de Georg Franck (1998), l'expression *attention economy* s'est imposée à l'occasion de la polémique suscitée en 1997 par un article de Michael Goldhaber qui affirmait l'existence d'« un nouveau type d'économie » induit par les propriétés du cyberspace. Il y soutenait que, « *comme toute autre forme d'économie, celle-ci est basée sur ce qui est à la fois le plus désirable mais surtout le plus rare, et c'est maintenant l'attention venant d'autres personnes qui satisfait cette double caractéristique* ».

Dans les années suivantes, l'économie de l'attention a été le lieu d'un retournement fondamental de nos logiques économiques ancestrales. Comme le disent les spécialistes du management Thomas Davenport et John Beck dans leur ouvrage *The Attention Economy* (2001), « *jadis, l'attention était considérée comme acquise, et c'étaient les biens et les services qui étaient perçus comme porteurs de valeur. À l'avenir, beaucoup de biens et de services seront fournis gratuitement en échange de quelques secondes ou minutes d'attention de la part de l'utilisateur¹* ». Ce ne sont plus les produits de consommation, mais « *l'attention qui est désormais l'objet rare par excellence²* ». C'est ce bien dont Patrick Le Lay, le PDG de TF1, déclarait en 2004 faire commerce : « *Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau disponible* ».

L'horizon théorique d'une meilleure compréhension de l'économie de l'attention a donc des implications très concrètes : l'attention humaine étant le bien dont la rareté devient désormais hégémonique — du moins au sein de la sphère culturelle reconfigurée par Internet —, c'est *La Revue des livres* qui devrait vous payer pour bénéficier de votre précieuse attention — plutôt que vous ne deviez, comme aujourd'hui, payer pour avoir accès à son contenu.

Déficits de l'attention et histoire du capitalisme

En réalité, il faut situer les origines de cette grande transformation dans le développement parallèle de l'industrialisation et du marketing à partir du milieu du XIX^e siècle. Jonathan Crary a bien analysé, dans *Suspensions of Perception*, (2001), comment l'attention devient alors une question socio-économique centrale, dès lors que le travail à la chaîne exige de mobiliser une attention très particulière de la part des producteurs, en même temps que l'écoulement des produits ainsi fabriqués en grand nombre requiert de capter l'attention de nouvelles masses de consommateurs, à travers l'émergence des premières formes de publicité et de marketing à grande échelle. Le développement d'une psychologie expérimentale de l'attention accompagne de près — depuis maintenant un siècle et demi — les tensions et reconfigurations incessantes auxquelles les évolutions du capitalisme soumettent nos capacités à être, à rester ou à devenir attentifs à certains phénomènes plutôt qu'à d'autres.

Même si les neurosciences s'efforcent d'en comprendre les déterminants physiologiques, les troubles déficitaires de l'attention (TDA) ne sont souvent que le symptôme des multiples exigences contradictoires auxquelles nous soumettent nos structures de vie et de production contemporaines. En contrôlant nos enfants à grand renfort de médicaments, nous employons la chimie pour contraindre leur attention, coûte que coûte, à se plier aux besoins — inédits, parfaitement factices et terriblement invasifs — du Janus capitaliste, qui prône simultanément une implacable discipline productive et un hédonisme consumériste sans limite. C'est bien dans le cadre large d'une *économie* de l'attention qu'il faut impérativement situer les TDA (contrairement à ce que font de trop nombreux médecins, pédopsychiatres, psychologues ou neurobiologistes) : si nos enfants et nous-mêmes souffrons de quelque chose, c'est d'abord de cette maladie socio-économique qu'est le capitalisme.

*Yves Citton est professeur de littérature française du XVIII^e siècle à l'université de Grenoble-3 et membre de l'umr LIRE. Il a récemment publié *Gestes d'humanité* (2012), *Renverser l'insoutenable* (2012) et *Zazirocratie* (2011). Il co-dirige la revue *Multitudes* et collabore régulièrement à la *Revue des livres*. Il prépare actuellement un ouvrage sur l'écologie de l'attention.



Cartographier les multiples régimes d'attention

Comme l'a souligné Richard Lanham dans *The Economics of Attention* (2006), les rhétoriciens ont été les premiers à théoriser, depuis deux millénaires, les divers procédés (argumentatifs, narratifs, mais aussi intonatifs et gestuels) par lesquels les orateurs peuvent espérer capturer, puis captiver l'attention de ceux qui les entendent et les regardent. La tradition rhétorique décline en réalité l'attention en trois domaines: l'*attentio* stricto sensu, ou tension morale de la volonté vers le discours; la *docilitas*, ou tension cognitive de l'intelligence; la *benevolentia*, ou tension affective du cœur. À partir de là sont déclinés trois ensembles de dispositifs rhétoriques susceptibles de rendre attentif l'auditeur, des dispositifs embrayeurs d'un désir d'écouter, d'un désir de comprendre et d'un désir d'aimer³.

Outre sa *durée* et son *intensité*, déjà identifiées par les études de Théodule Ribot publiées à la fin du XIX^e siècle, une série de dichotomies ont été proposées

(ou ressuscitées) récemment pour caractériser différents types et régimes d'attention, donnant lieu à différents modes de capture. L'attention peut être *captive*, comme c'est le cas lorsque des spectateurs prisonniers de leur siège se voient infliger des publicités avant le commencement d'un film, ou *volontaire*, comme lorsque je choisis de lire un livre sur la plage plutôt que de bronzer les yeux fermés. Elle peut être *attractive*, lorsque c'est la perspective d'un plaisir ou d'un gain qu'on fait miroiter devant moi (loterie, discount, soldes), ou *aversive*, lorsqu'un gros panneau de couleur vive m'annonce un danger de mort. Elle peut être *patente* (*front-of-mind*), lorsque je suis concentré sur une tâche à laquelle je consacre consciemment mes efforts (rédiger un texte), ou *latente* (*back-of-mind*), lorsque je conduis une voiture en parlant avec un passager⁴.

Avec davantage de distance critique, un bel article de Dominique Boullier décrit trois régimes différents à distinguer au sein des industries actuelles de l'attention. Le régime de *la fidélisation*, illustré par

le fichier clients et le *consumer relationship management*, cherche à établir une relation stable fondée sur l'écoute réciproque, sur le long terme, entre une firme (identifiée par une « marque ») et ses consommateurs, rassurés par l'attention qu'on fait mine de leur porter. Le régime de *l'alerte*, au lieu de viser

Toute œuvre d'art dépend en effet pour sa circulation d'une économie de l'attention, qu'elle contribue à reconditionner en retour.

la stabilité du long terme, repose au contraire sur « l'intensité des émotions et des stimulations de toute sorte », en une « excitation permanente » reposant sur le *priming*, c'est-à-dire sur l'enregistrement de couches superficielles de marqueurs diffus, auxquels on reste attentif comme de loin et de façon virtuelle mais que l'on pourra mobiliser rapidement lorsqu'un stimulus viendra en activer la pertinence. Après avoir déstabilisé les principes de la fidélité, ce régime de l'alerte est aujourd'hui confronté à un zapping généralisé et à une « réduction tendancielle du taux d'attention à une suite de flash », qui en sape les bases. D'où l'émergence d'un troisième régime caractérisé par *l'immersion* dans un mode d'existence virtuel, illustré par les jeux vidéo, où « l'attention est synonyme d'une absorption totale dans cette autre existence », mais où « c'est notre action et notre action focalisée qui font tenir ce monde, qui n'est plus représentation mais éinaction⁵ ».

Une question centrale au carrefour des disciplines

Ainsi cadrée, l'économie de l'attention mérite d'être placée au cœur du travail auquel sont désormais appelées les disciplines réunies sous la bannière des Humanités. Toute œuvre d'art dépend en effet pour

sa circulation d'une économie de l'attention, qu'elle contribue à reconditionner en retour. Si l'économie « classique » (celle qui optimise les choix en fonction de la rareté des marchandises matérielles et de la production de services) a toujours régi le destin des œuvres, celles-ci ont de tout temps inventé des façons innovantes de traiter cette rareté qu'est l'attention — rareté *perpétuelle* de l'attention, puisque la vie humaine a toujours été trop courte, mais rareté *nouvelle* dans la mesure où la multiplication des ressources culturelles aujourd'hui disponibles grâce aux réseaux numériques accroît de façon exponentielle le « coût d'opportunité » de tout choix attentionnel.

L'économie de l'attention est au carrefour de trop de disciplines pour qu'on puisse en cartographier la présence généralement diffuse. Les questions d'économie se sont insérées au cœur des théories psychologiques de l'attention avec les travaux du psychologue Daniel Kahneman, qui a obtenu le (pseudo) prix Nobel d'économie en 2002. Dans *Attention and Effort* (1973), il infléchissait la recherche mettant au premier plan le problème des « ressources attentionnelles » (plus que celui des circuits par lesquels se fait la sélection des données perceptives) : cette approche économique de l'attention résonnait avec ce qui se développait à l'université de Chicago (approche économique du mariage, de la criminalité, etc.). Aujourd'hui, ce sont les neurosciences qui ont pris le relais de la psychologie expérimentale, dans des séries de recherches décrites clairement par Jean-Philippe Lachaux dans *Le Cerveau attentif* (2011).

Ces travaux s'articulent désormais de très près avec les réflexions centrées sur le design du hardware et du software : comme en témoignent à la fois la perspective théorique dégagée par Alexander Galloway dans *The Interface Effect* (2012) et l'ouvrage collectif dirigé par Claudia Roda, *Human Attention in Digital Environments* (2011), le développement des interfaces humain-machine tend à établir une continuité entre les ressources attentionnelles internes au corps humain et les capacités de

EXTRAIT / CAPITALISME ET PROBLÈME DE L'ATTENTION

Depuis le XIX^e siècle, et en particulier durant ses deux dernières décennies, la modernité capitaliste a engendré une re-création incessante des conditions de l'expérience sensorielle, dans ce qui peut être considéré comme une révolution des moyens de perception. Le problème de l'attention est ainsi devenu une question primordiale. Sa centralité était directement liée à l'émergence d'un champ social, urbain, psychique et industriel toujours plus saturé de stimuli sensoriels. L'inattention,

spécialement dans le contexte de nouvelles formes de production industrielle à grande échelle, commença à être traitée comme un danger et un problème important, quoique ce soient souvent les agencements propres à la modernité elle-même qui produisent l'inattention. Une dimension centrale de la modernité apparaît dans la crise persistante de la capacité d'attention, crise au cours de laquelle l'évolution des configurations du capitalisme pousse continuellement

l'attention et la distraction vers de nouvelles limites et de nouveaux seuils, avec une séquence infiniment répétée de nouveaux produits, qui sont à la source de nouvelles stimulations et flux d'information, auxquels répondent de nouvelles méthodes de gestion et de régulation de la perception.

Jonathan Crary, *Suspensions of Perception*, Cambridge, The MIT Press, 2001, p. 13-14 — trad. d'Y. Citton.

computation, d'affichage, d'interaction offertes par les ordinateurs. L'économie de l'attention ne peut plus être conçue autrement que comme une affaire déjà « post-humaine » : le trading à haute fréquence entre serveurs, décrit par Alexandre Laumonier dans *6. Marchés financiers, le soulèvement des machines* (2013)⁶, n'est que l'exemple le plus frappant de la constellation toujours plus complexe et incontrôlée qui associe intimement les économies intriquées de l'attention humaine et de la computation machinique.

Ce sont bien sûr les spécialistes du marketing, de la publicité et du management qui se sont emparés le plus tôt des questions d'économie de l'attention, de façon à optimiser leurs outils de capture. Mais la sociologie du travail commence à contre-attaquer, avec une multiplication d'enquêtes sur les tensions souvent insoutenables engendrées dans les subjectivités par les exigences que le capitalisme contemporain impose aux travailleurs — *L'Intimité au travail* de Stefana Broadbent (2011) ou *Global Burn-out* de Pascal Chabot (2013)⁷ en sont de bons exemples.

D'autres disciplines apportent pourtant des éclairages plus inattendus, et parfois plus novateurs⁸. De par leurs sensibilités politiques et leur prise directe sur l'actualité, ce sont souvent les études cinématographiques qui ont produit les analyses les plus approfondies de l'économie de l'attention, à la fois dans leur déploiement historique, avec *In piena luce* de Gabriele Pedullà (2008), et dans leurs enjeux sociopolitiques, avec l'ouvrage essentiel de Jonathan Beller, *The Cinematographic Mode of Production: Attention Economy and The Society of the Spectacle* (2006).

Politiques de l'attention

Ce sont précisément ces enjeux sociopolitiques de l'économie de l'attention dont il est urgent de prendre la mesure. Des penseurs contemporains comme Daniel Bounou, Maurizio Lazzarato ou Bernard Stiegler y réfléchissent depuis plusieurs années, avec des échos variables dans la sphère médiatique.

Plusieurs auteurs non-francophones mériteraient par ailleurs d'être traduits de toute urgence pour les contributions essentielles qu'ils ont apportées à ces questions.

Jonathan Beller illustre une veine marxiste-débordeur montrant que toute l'industrie (culturelle) mise en place pour assurer la production d'une certaine attention est la contrepartie indispensable de la production des biens matériels par le capitalisme contemporain. Le travail nécessité par la production des désirs consuméristes est aussi essentiel, quoique plus diffus, que celui requis par la fabrication des objets. Loin d'être des spectateurs passifs, nous sommes des producteurs actifs de la valorisation capitaliste lorsque nous regardons un film ou une série télévisée.

Avec la notion de « sémiocapitalisme », Franco 'Bifo' Berardi théorise les logiques de production par lesquelles l'actuelle circulation des signes entraîne les pathologies sociales multidimensionnelles de l'attention (TDA, stress, burn-out, dépression, panique, Prozac, Viagra, suicide, etc.). Le dernier ouvrage de Jean-Paul Galibert, *Suicide et sacrifice* (2012), pousse cette analyse jusqu'à faire de cet effondrement de nos capacités attentionnelles le mode d'autodestruction caractéristique de notre phase « hypercapitaliste ». 'Bifo' esquisse pour sa part des voies de résistance politiques capables de prendre appui sur le besoin désespéré qu'a le sémiocapitalisme de nos attentions — puisqu'un signe n'est rien tant qu'il n'est pas perçu par une subjectivité — pour retourner les logiques actuelles d'aliénation en pratiques activistes d'émancipation.

Repenser la politique à travers l'économie de l'attention conduit en réalité à deux déplacements majeurs. Premier déplacement : toutes les questions qui font débat sur les scènes médiatiques du moment doivent faire l'objet d'un questionnement préliminaire en amont. Pourquoi prêtons-nous notre attention collective à ceci (dont tout le monde parle)

EXTRAIT / NOTRE REGARD, SOURCE DE VALEUR

Le travail de la croyance est l'une des formes majeures de ce que j'appelle la valeur productive de l'attention humaine. [...] Les mass-médias, pris dans leur ensemble, constituent une usine déterritorialisée, dans laquelle les spectateurs font le travail de se fabriquer eux-mêmes de façon à correspondre aux protocoles libidinaux, politiques, temporels, corporels et, bien entendu, idéologiques d'un capitalisme en voie d'intensification croissante. [...] Lire des objets (bouteilles de Coca, chaussures, voitures, etc.), c'est produire leur

signification. L'image est perçue non seulement en elle-même, mais comme une conséquence de sa perception par les autres. La densité de cette perception par les autres fait partie de sa qualité d'image — de son « caché ». En percevant la composante fétiche de l'image, nous percevons la valeur supplémentaire qu'elle acquiert du fait d'être regardée par les autres. Nous comprenons ainsi que les médias, en tant qu'usine déterritorialisée, sont devenus un site de production globale. La valeur de notre regard contribue à accroître la valeur de l'image ;

elle soutient le fétiche. [...] Percevoir que des images passent par la perception des autres accroît leur taux de circulation, et donc leur valeur. *To « see » is already to « buy » (I'll buy that), to look is to labor.*

Jonathan Beller, *The Cinematic Mode of Production: Attention Economy and The Society of the Spectacle*, Hanovre, Dartmouth College Press, 2006, p. 78, 108, 112, 115, 231 — trad. d'Y. Citton

plutôt qu'à cela (dont presque personne ne traite)? Problématiser l'attention revient donc à questionner ce que Sandra Laugier et les pragmatistes américains ont appelé « l'importance de l'importance ». Nos impasses politiques actuelles tiennent davantage aux questions que nous posons (ou non), qu'aux réponses que nous trouvons (ou non). S'interroger sur ce qui a dirigé notre attention vers ceci plutôt que cela doit donc devenir *LE* préalable de tout débat politique.

Deuxième déplacement: l'« aliénation » n'apparaît plus comme une chose mauvaise en soi, dès lors que l'attention n'existe que pour s'aliéner dans des phénomènes extérieurs. Nos plus belles expériences viennent de moments où nous sommes complètement absorbés dans une observation, une œuvre, un(e) amant(e). La question est donc plutôt de bien choisir ses aliénations. Le capitalisme contemporain (cognitif, mental, sémio-, hyper-) est plus que jamais dépendant de nos orientations attentionnelles, que personne ne peut contraindre complètement. Ma capacité de faire attention à ceci plutôt qu'à cela, même si elle peut être largement conditionnée, reste mon dernier retranchement d'autonomie: chacun

peut fermer les yeux, se boucher les oreilles, penser à autre chose ou, plus simplement, zapper, fermer le livre, vendre sa télévision. Le fondement de ma puissance d'agir repose donc sur ce par quoi je cherche toujours à m'aliéner...

Anthropologie de la visibilité

L'ouvrage qui a décrit avec le plus d'ampleur et de brio les implications socio-anthropologiques des transformations de l'attention est toutefois celui d'un philosophe allemand, spécialiste d'architecture et d'urbanisme, Georg Franck, dont l'admirable *Ökonomie des Aufmerksamkeit* (1998) n'a malheureusement pas encore été (intégralement) traduit ni en anglais ni en français. Sous le nom de *Capitalisme mental* (2005), Franck a posé les bases d'un vaste édifice théorique balisant la dimension anthropologique d'une économie de l'attention. Il nous invite à repérer un tout autre régime de valorisation, au sein duquel le degré de « prééminence » tient le rôle que joue le capital financier dans la production des biens matériels. Plus qu'à notre perception des objets extérieurs au sein d'une situation d'*information overload*,



Georg Franck nous aide à penser le rôle constituant que joue pour chacun de nous l'attention que nous nous prêtons les uns aux autres.

Deux principes sont ici fondateurs. D'une part, selon le mot de Berkeley que Barbara Carnevali a mis au cœur de son dernier ouvrage (*Le apparenze sociali*, 2012), *esse est percipi*: être (un humain socialisé), c'est être perçu. Loin d'être un phénomène superficiel, l'image que les autres me renvoient de moi et qui circule parmi eux est essentielle à la valeur que je peux m'attribuer à moi-même. La multiplication des discours, des enregistrements, des images, des vidéos qui circulent aujourd'hui sur nos écrans et nos réseaux sociaux constituent une sphère de valorisation qui est au cœur de notre être (tout autant qu'à sa surface).

On voit ici converger l'économie de l'attention et les politiques du *care*: nul ne peut survivre en société sans bénéficier de l'attention (sollicitude, soin, assistance) d'autrui; mais il faut commencer par être visible pour que les autres vous prêtent attention (et *care*). Visibilité et médiatisation sont les leviers de nos politiques contemporaines, on le savait depuis

longtemps; l'économie de l'attention nous aide à comprendre cette nouvelle physique du pouvoir (un pouvoir-être-vu-et-être-entendu) exacerbée par les nouvelles technologies.

Second principe: le quantum d'attention à partager au sein d'une collectivité est toujours limité (et peut-être constant). Partant de ce constat, Georg Franck propose une analyse graduée des modes de visibilité et d'attraction configurant les flux d'attention par lesquels nous nous valorisons les uns les autres. «Notoriété», «célébrité», «réputation», «proéminence», «prestige»: c'est un nouveau vocabulaire qu'il nous faut différencier et conceptualiser pour rendre compte de tels phénomènes — dont les «biens symboliques» et la «distinction» de Pierre Bourdieu n'ont donné qu'une représentation grossière, bien qu'utile.

Repérer de nouveaux modes d'exploitation

Quoique la micro-économie de l'attention conduise à questionner le phénomène de l'aliénation et appelle à constituer de nouvelles catégories analytiques pour comprendre les processus en cours, des considérations macro-économiques conduisent à remettre au

PISTES BIBLIOGRAPHIQUES

Philippe Aigrain, «Attention, Media, Value and Economics», *First Monday*, vol. 2, n°9-1, sept. 1997.

John Beck et Thomas Davenport, *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, Cambridge, Harvard Business School, 2001.

Jonathan Beller, *The Cinematographic Mode of Production: Attention Economy and The Society of the Spectacle*, Hanovre, Dartmouth College Press, 2006.

Franco Berardi, *The Soul at Work*, New York, Semiotext, 2009; *Precarious Rhapsody: Semiocapitalism and the Pathologies of the Post-Alpha Generation*, Londres, Minor Composition, 2010.

Dominique Boullier, «Les industries de l'attention: fidélisation, alerte ou immersion», *Réseaux*, n°154, 2009, p. 233-246; «Composition médiatique d'un monde commun à partir du pluralisme des régimes d'attention», in Pierre-Antoine Chardel, *Conflit des interprétations dans la société de l'information*, Paris, Hermès, 2012.

Barbara Carnevali, *Le apparenze sociali. Una filosofia del prestigio*, Bologne, Il Mulino, 2012.

Jonathan Crary, *Suspensions of Perception. Attention, Spectacle and the Modern Culture*, Cambridge, MIT Press, 1999.

Georg Franck, *Ökonomie der Aufmerksamkeit: Ein Entwurf*, Munich, Carl Hanser, 1998; *Mentaler Kapitalismus: Eine politische Ökonomie des Geistes*, Munich, Carl Hanser, 2005.

Jean-Paul Galibert, *Suicide et sacrifice. Le mode de destruction hypercapitaliste*, Paris, Lignes, 2012.

Alexander R. Galloway, *The Interface Effect*, Cambridge, Cambridge Polity Press, 2012.

Michael H. Goldhaber, «Principles of a New Economy», www.well.com/user/mgoldh/principles.html, 1996; «The Attention Economy and the Net», *First Monday*, 2-4, 1997, <http://firstmonday.org>.

Daniel Kahneman, *Attention and Effort*, Englewood Cliff, Prentice Hall, 1973.

Jean-Philippe Lachaux, *Le Cerveau attentif. Contrôle, maîtrise, lâcher-prise*, Paris, Odile Jacob, 2011.

Richard A. Lanham, *The Economics of Attention. Style and Substance in the Age*

of Information, Chicago, University of Chicago Press, 2006.

Maurizio Lazzarato, *Puissances de l'invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l'économie politique*, Paris, Les empêcheurs de penser en rond, 2011.

Gabriele Pedullà, *In piena luce, I nuovi spettatori e il sistema delle arti*, Milan, Bompiani, 2008.

Claudia Roda (dir.), *Human Attention in Digital Environments*, Cambridge, Cambridge University Press, 2010.

Trebor Scholz, *Digital Labor. The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013.

Gabriel Tarde, *Psychologie économique*, Paris, Alcan, 1902.

Alvin Toffler, *Le Choc du futur*, Paris, Denoël, 1970.

premier plan la notion d'exploitation. Un volume collectif dirigé par Trebor Scholz et consacré au *Digital Labor* fait le point sur cette question. À mi-chemin entre le terrain de jeu (*playground*) et l'usine (*factory*), l'Internet s'est mis en place selon un mode de production relevant du *playbor*: ceux qui nourrissent

L'écophilosophie de l'attention n'abolit pas par miracle l'économie des biens matériels : La Revue des Livres a encore besoin de vos deniers.

le web de leurs passions, de leurs hobbies, de leurs savoirs et de leur narcissisme ne sont-ils pas davantage des joueurs (*players*), qui bloguent par plaisir, que de la main d'œuvre (*labor*) salariée? La communication «immatérielle» ne relève-t-elle pas d'une économie digitale de l'attention qui met au rencart les vieilles lois de l'économie matérielle classique? Une telle description relève en fait plus de la fable que de l'analyse.

Précisons donc quelques points essentiels : 1) L'économie de l'attention ne fait que se superposer à l'économie matérielle (en la reconfigurant mais sans nullement la remplacer): la première a besoin des usines (chinoises) de la seconde (avec leur exploitation massive et brutale) pour surfer sur Internet. 2) Même si elle constitue une irréductible sphère d'autonomie primordiale, l'attention peut non seulement être conditionnée et contrainte (sous la pression de la peur ou du besoin), mais également être détournée et accaparée par des dispositifs d'exploitation, qui en écrèment la productivité diffuse: les principaux exemples d'accumulation capitaliste des dernières années (Google, Facebook) reposent sur la plus-value (anticipée) générée par des *playborers* — qui sont tout à la fois les usagers-consommateurs, les producteurs et les produits des sites qu'ils animent par l'attention qu'ils y prêtent. 3) La sphère numérique n'est qu'un cas particulier d'une transformation plus générale, biopolitique, conduisant le «capital humain» (accumulé dans des êtres vivants) à prendre toujours plus de poids face au «capital mort» (matérialisé dans des usines). Précarisation, érosion du salariat, brouillage des frontières entre emploi et loisirs: autant de symptômes d'une nouvelle articulation entre productivité sociale et trajectoires individuelles, autant de nouvelles formes d'exploitation — mais aussi autant de manifestations de la centralité croissante du capital humain vivant. Or les recadrages appelés par l'économie de l'attention peuvent grandement aider à comprendre cette grande transformation.

Le capital humain n'est économiquement valorisable par celui qui en est porteur que dans la mesure où il est visible. «Notoriété», «célébrité», «réputation», «proéminence», «prestige»: telles sont les formes de capital qu'ont besoin d'accumuler les agents économiques au sein d'une logique capitaliste où l'économie de l'attention joue un rôle croissant. Les dénonciations (réactionnaires) du «narcissisme» postmoderne ou du «culte des apparences» ignorent ce qu'ont très bien compris les victimes consentantes de la télé-réalité: ma valeur est fonction de l'attention que je parviens à attirer sur moi. Les formes d'exploitation propres à l'économie de l'attention appellent à identifier ce que McKenzie Wark appelle une «classe vectorielle»: «*si le pouvoir capitaliste réduit l'être à l'avoir, le pouvoir vectorialiste réduit l'avoir à l'apparence*».

D'une économie à une écophilosophie de l'attention

Développée au fil d'un va-et-vient entre sciences cognitives, Humanités et sciences sociales, l'analyse de l'économie de l'attention offre une perspective unique pour comprendre sous un jour nouveau les interactions multiples qui se sont établies au cours des trois derniers siècles entre la production matérielle de nos existences et la production culturelle des discours, images, récits, spectacles qui ont capté et orienté nos attentions — et, par là même, nos développements techno-socio-politiques. C'est au point de rencontre entre des énergies corporelles, des modes de saisie mentale, des schèmes culturels, des affects, des dispositifs de captation, des flux médiatiques et des compétences critiques que se situent les phénomènes d'attention, à force d'aller-retour incessants entre des aliénations volontaires (lorsqu'on «prête» attention dans l'espoir d'en tirer un profit intellectuel) et des manipulations subies (lorsqu'on s'aperçoit avoir été instrumentalisé par des captations intéressées).

Aussi étendu et transdisciplinaire soit-il, le cadrage actuel de «l'économie de l'attention» peut toutefois nous laisser insatisfait, en ce qu'il inscrit l'attention sous l'hégémonie du paradigme économique. Cela laisse entendre qu'il ne pourrait s'agir que de «mieux répartir», d'«organiser plus rationnellement» ou de «gérer plus efficacement» nos ressources attentionnelles — que ce soit à des fins publicitaires, managériales, productivistes, ou activistes. Or le ver capitaliste restera dans le fruit de l'attention tant qu'on ne réinscrira pas son économie au sein d'une *écologie*, ou plutôt d'une *écophilosophie de l'attention*, au sens où cette dernière se préoccupe explicitement d'articuler entre elles les dimensions matérielles, socio-politiques et mentales de nos relations à l'environnement qui nous constitue.

De nombreux penseurs ont déjà appelé de leurs vœux une approche écologique des médias, dans

la mesure où ceux-ci fonctionnent tout autant comme des *milieux* où nous baignons que comme les « canaux » auxquels les réduisent les théories dominantes de la communication. Une écologie de l'attention devra étudier celle-ci comme relevant d'un *écosystème* commun, tout autant que de choix individuels des lecteurs, auditeurs et spectateurs. Ce sera, ici aussi, tout un nouveau vocabulaire qu'il faudra développer pour apprendre à aménager les dispositifs de visibilité, d'attraction, d'alerte, de fidélisation et de captation que la sorcellerie capitaliste agence aujourd'hui pour notre perte : comment nous doter de « vacuoles » pour nous protéger d'une communication devenue insoutenable ? Comment « sous-échantillonner » les messages dont on nous baigne pour en saisir le filigrane révélateur ? Comment donner des « avances de confiance » à ceux auxquels on prête attention ? Comment valoriser les « aliénations enrichissantes » par lesquelles les expériences esthétiques nous ravissent à nous-mêmes pour intensifier notre individuation ? Comment concevoir des « frappes médiatiques » qui attirent notre attention commune vers des problèmes occultés ? Comment constituer les « dispositifs de diffusion » qui poursuivent ces coups ponctuels pour réorienter durablement nos devenir sociaux ? Comment faire apparaître « l'intelligence diffuse » produite par la mise en commun de nos savoirs ?

L'écologie de l'attention commence ici et maintenant — ou plutôt, elle a toujours déjà commencé depuis que les humains « s'intéressent » les uns aux autres, c'est-à-dire depuis que les humains sont humains. À quels ouvrages, à quelles émissions, à quels périodiques faisons-nous la faveur de prêter notre attention ? Pourquoi, et surtout *pour quoi*, acceptons-nous de payer doublement — par notre temps et notre porte-monnaie — les biens culturels que nous « consommons » ? Que produisons-nous par cette consommation ?

L'écologie de l'attention n'abolit pas par miracle l'économie des biens matériels : *La Revue des Livres* a encore besoin de vos deniers. Elle vous remercie, sachant la double faveur que vous lui faites. Elle compte sur vous pour travailler ensemble à reconfigurer nos dispositifs attentionnels — qui ne peuvent être singularisants que lorsqu'on reconnaît leur nature essentiellement commune.

NOTES

1. John Beck et Thomas Davenport, *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*, Cambridge, Harvard Business School, 2001, p. 213.
2. Richard Lanham, *The Economics of Attention. Style and Substance in the Age of Information*, Chicago, University of Chicago Press, 2006, p. xi.
3. Voir sur ce point les travaux menés au sein de l'équipe RARE de l'université de Grenoble, sous la direction de Francis Goyet et de Christine Noille-Clauzade. Je les remercie pour les informations qui ont nourri ce paragraphe.
4. Sur tout ceci, voir John Beck et Thomas Davenport, *The Attention Economy*, *op. cit.*, p. 22-26.
5. Dominique Boullier, « Les industries de l'attention : fidélisation, alerte ou immersion », *Réseaux*, n° 154, 2009, p. 239, 242, 244.
6. Alexandre Laumonier, 6, Paris, Zones sensibles. *Multitudes*, dossier spécial « Envoûtements médiatiques », n° 51, 2012.
7. Pascal Chabot, *Global burn-out*, Paris, PUF, 2013.
8. Un colloque se tiendra les 3 et 4 octobre 2013 à l'université de Grenoble sur le thème « L'économie de l'attention au carrefour des disciplines », avec le soutien de la région Rhône-Alpes et du CNRS.