

Économie de l'attention

DÉFINITION, DISPOSITIFS PERSUASIFS,
ALTERNATIVES ET ÉVOLUTIONS JURIDIQUES

LIVRET RÉALISÉ EN PARTENARIAT AVEC
L'ASSOCIATION DESIGNERS ÉTHIQUES



Qu'est-ce que l'économie de l'attention ?

L'économie de l'attention désigne un **ensemble de dispositifs mis en œuvre afin d'extraire une valeur marchande à partir de la captation de l'attention des utilisateurs**. L'économie de l'attention n'est **pas née avec le numérique** mais ces technologies présentent des spécificités qui la facilitent :

- **L'immersion et l'ubiquité** : le numérique n'est pas qu'un écran, mais un véritable mode de vie ;
- **L'immédiateté et le « temps réel »** : nous n'avons plus de recul ;
- **Le calcul, le ciblage et les prédictions** : avec la collecte de données, nos comportements ne sont plus seulement analysés mais prédits et influencés par des suggestions ;

Cette économie se décline au travers de **différents modèles économiques** (gratuité en l'échange de publicité ciblée, offres freemium, abonnements payants, commission prélevée sur la vente de biens ou de services, vente directe de biens ou de services...).

Tous ces modèles se rejoignent sur un point : la **captation de données** pour personnaliser et ainsi prolonger l'usage de leurs services.

« Ce qui est nouveau avec les technologies numériques, c'est la capacité croissante de surveiller ce vers quoi l'attention individuelle est dirigée. »

(Marion Thain, Directrice du Centre for Attention Studies au King's College)

Quels sont les ressorts de l'économie de l'attention ?

Les modèles économiques de l'économie de l'attention sont combinés à des stratégies de **design persuasif** : une méthode de design visant à orienter les choix de l'utilisateur à travers une interface ou un produit numérique.

Cette méthode de design est largement inscrite au sein des pratiques de **captologie** (terme acronyme de Computer As Persuasive TechnologIE) qui reposent elles-mêmes sur l'idée de persuasion.

Lorsque la persuasion se focalise sur l'attention de l'utilisateur, nous parlons de **design de l'attention**. Enfin lorsque la persuasion est considérée comme déloyale vis-à-vis de l'utilisateur, nous parlons de **dark pattern**. Ces méthodes de design sont souvent **invisibles à l'utilisateur**.

Plusieurs exemples de designs persuasifs

- **Transmettre une récompense aléatoire** : le contenu proposé à l'utilisateur est proposé par ordre « aléatoire », ce qui pousse l'utilisateur à « scroller » jusqu'à trouver LE contenu intéressant pour lui ;
- **Accorder des récompenses personnelles** comme les likes, commentaires, partages... qui jouent sur les biais cognitifs humains, comme le besoin de popularité et de reconnaissance sociale ;
- **Pousser à l'action** : les notifications sont par exemple une façon de pousser l'utilisateur à consulter fréquemment l'application et peuvent conduire à ce que l'utilisateur s'y rende, même en l'absence de sollicitation extérieure.

Que peut-on mettre en place face à l'économie de l'attention ?

Avant toute chose, il est important de rappeler que l'économie de l'attention est un ensemble de mécanismes économiques et technologiques mis en place par des entreprises très puissantes pour enfermer les utilisateurs, prolonger le temps passé sur le service et réduire sa capacité de choix, et ce, sans les en informer. Il ne faut donc pas culpabiliser à l'excès du temps passé sur les écrans : **la responsabilité n'est pas du côté des utilisateurs**. Sur internet, l'adage principal est « Si c'est gratuit c'est toi le produit », il faut renverser cette situation pour passer d'objet à sujet et redevenir acteur de nos usages en ligne.

Quelques conseils pour reprendre la main

→ **Prendre du recul** : le temps d'écran ne fait pas tout !

Il est difficile de se fonder sur une approche quantitative de nos usages. De plus en plus de téléphones portables et d'applications proposent des compteurs de temps passés qui peuvent être un moyen d'avoir une première approche de nos usages. L'enjeu est davantage du côté de ce que l'on en fait et quand est-ce qu'on le fait. Plutôt que de quantifier, il faut avant tout parler : interroger nos proches sur leurs pratiques et s'interroger sur les nôtres marque une première étape de prise de distance par rapport à l'outil et de se rappeler qu'ils sont là pour servir nos usages et non l'inverse.

→ **Paramétrer le téléphone et les applis**

Les plateformes activent par défaut les notifications afin de pousser à consulter leurs services fréquemment. Il peut être intéressant de fouiller dans les paramètres pour les ajuster à nos besoins et à nos envies.

Les plateformes doivent désormais proposer un fil d'actualité chronologique en plus du fil algorithmique. Ce fil permet de ne voir que les contenus des comptes auxquels on est abonné, dans l'ordre où ils ont été publiés. Cela peut être une alternative pour ne voir que du contenu qui nous intéresse et sans publicité de la part de la plateforme.

Certaines plateformes (Instagram par ex.) permettent, au-delà de ces deux éléments (notifications et fil d'actu), de paramétrer plus en détail son expérience en ligne, par exemple bloquer certains comptes, contenus ou hashtags, sélectionner un certain nombre de comptes favoris, mettre une limite de temps...

→ **Se préserver**

Les mécanismes mis en place par les plateformes numériques peuvent nous conduire à perdre la notion du temps passé dessus, faisant parfois obstacle à d'autres activités. En particulier, l'économie de l'attention entre souvent en concurrence avec le sommeil. Le sommeil joue pourtant un rôle clé dans la concentration, la mémorisation, la régulation hormonale, la santé mentale et physique. Il peut donc être intéressant d'organiser ses usages en fonction des moments de la journée et de les privilégier à distance du sommeil.

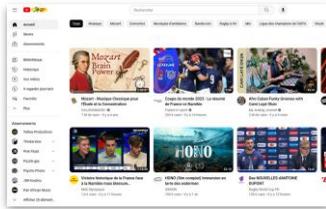
→ **Aller voir ailleurs**

Au-delà des plateformes dominantes, d'autres proposent des fonctionnalités différentes et plus respectueuses de nos attentions, par exemple : Mastodon ou BlueSky sont des formes d'équivalents de X (ex-Twitter), MeWe et Diaspora de Facebook, Mattermost de Slack, PeerTube de YouTube, Signal de WhatsApp... Un peu plus différent, Imago TV propose une alternative à Netflix centrée sur les contenus autour de la transition écologique et solidaire.

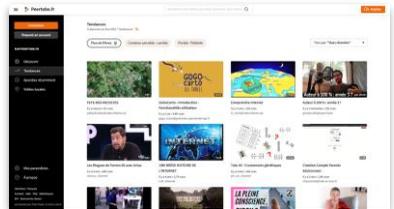
Des alternatives aux outils que nous utilisons quotidiennement ou presque sont également mis à disposition par des collectifs. Le réseau d'éducation populaire Framasoft, à travers son projet « Dégooglisons Internet » a par exemple développé 6 services alternatifs à ceux proposés par Google : Framapad, Framagenda, Framanotes, Framaforms, etc.

Au-delà des applications, redécouvrir le monde des blogs pour profiter de contenus sans scroll infini !

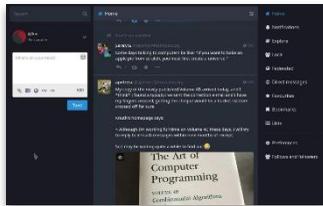
Des alternatives existent !



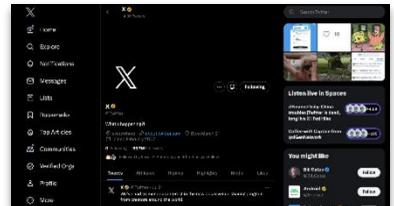
Youtube



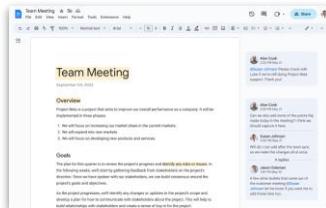
Peertube



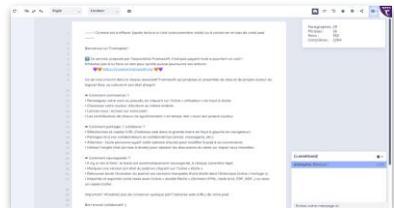
X (ex-Twitter)



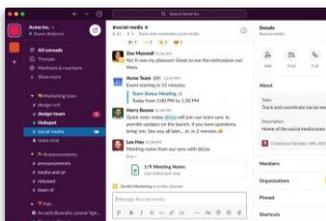
Mastodon



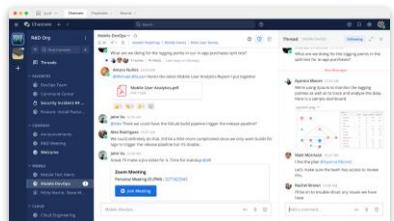
Google Doc



Framapad



Slack



Mattermost

Quelles sont les évolutions légales et réglementaires à venir ?

De nouveaux textes européens sont entrés en vigueur cet été et viendront encadrer, entre autres, l'économie de l'attention. Il s'agit du **Règlement européen sur les services numériques** (*Digital Services Act*, DSA, en anglais) et **Règlement européen sur les marchés numériques** (*Digital Markets Act*, DMA, en anglais). La France s'adaptera à ce nouveau cadre par le **Projet de loi visant à sécuriser et réguler l'espace numérique** actuellement en discussion au Parlement.

Ce que ces textes changeront notamment :

- Les très grandes plateformes en ligne devront mettre en place des mesures contre les **risques systémiques** qu'elles présentent (comme la propagation de contenus illicites, de fausses informations ou encore les atteintes aux droits fondamentaux ou à la sécurité publique) ;
- Les opérateurs de plateformes numériques devront expliquer clairement les principaux paramètres de leurs **systèmes de recommandation** ;
- Les très grandes plateformes devront proposer au moins une alternative à chacun de leurs **systèmes de recommandation** ne reposant pas sur le profilage (par exemple un fil d'actualité chronologique et non seulement algorithmique) ;
- Les **interfaces trompeuses**, manipulant les utilisateurs ou altérant substantiellement leur capacité à prendre des décisions libres et éclairées seront interdites ;
- La **publicité fondée sur le profilage** sera interdite sur les comptes détenus par des mineurs ;
- Les messageries instantanées (Messenger, Telegram, WhatsApp...) devront devenir **interopérables**.

Malgré tout, **ces évolutions ne modifieront pas en profondeur les modèles économiques** des grandes entreprises du numérique. Comment aller plus loin ? **D'autres avancées pourraient être envisagées** pour amorcer un vrai changement de paradigme et nous rendre véritablement acteurs de nos usages en ligne, comme :

- **Consacrer un droit au paramétrage** permettant aux utilisateurs de choisir très précisément ce à quoi ils souhaitent être exposés que ce soit en termes de types de contenus, de créateurs de ces contenus, de sujets abordés...

Ce paramétrage pourrait être effectué via une application tierce qui, à la façon d'un client mail, centraliserait les contenus des différents réseaux sociaux d'un utilisateur et lui permettrait de tout consulter sur une même interface et de choisir ce qu'il souhaite voir (par exemple seulement les contenus de tel ou tel réseau social, seulement les contenus de tel ou tel créateur de contenus, seulement des vidéos...);

- **Autoriser la création de fonctionnalités développées par d'autres.** À la manière des plug-ins, nos outils numériques - notamment les réseaux sociaux - pourraient être enrichis par de multiples fonctionnalités développées par la communauté utilisatrices, nous permettant de personnaliser encore davantage notre expérience.

« S'il existe, sur un même élément d'interface, une divergence entre l'intention du concepteur et celle de l'utilisateur, il y a probablement un problème de *dark pattern* ou de persuasion. »

(Karl Pineau, co-fondateur de l'association Designers Éthiques)

Où trouver des ressources sur ce sujet ?

- Le [Centre de liaison sur l'éducation aux médias et à l'information \(CLEMI\)](#) propose sur son site internet un large panel de ressources à destination des parents, enfants et enseignants : BD sur les écrans dans la famille, kits de médiation pour accompagner la parentalité numérique, outils pédagogiques à mobiliser en classe...
- La [websérie Dopamine](#), produite par le CLEMI et diffusée sur Arte, essaye de comprendre comment différentes plateformes numériques exploitent les mécanismes de la récompense qui se trament dans notre cerveau, au centre desquels on retrouve la dopamine, la *molécule du plaisir*.
- Le dispositif [3-6-9-12+](#) suggère des balises en fonction de l'âge des enfants pour une éducation et une utilisation raisonnée des écrans en famille, développée par le psychiatre Serge Tisseron.
- Le site gouvernemental [Je protège mon enfant](#) propose des ressources à destination des parents pour comprendre et accompagner leurs enfants, en fonction de leurs âges et de leurs usages, dans leur utilisation d'Internet.
- [Internet Sans Crainte](#) met à disposition des ressources en ligne pour sensibiliser aux pratiques numériques et aux dangers sur Internet. Notamment, [Vinz et Lou](#) est une série animée qui permet d'aborder les grands enjeux du numérique avec les enfants : surexposition aux écrans, harcèlement, etc.
- Les dossiers du Conseil national du numérique, [Votre attention s'il-vous-plaît](#) et [Récits et contre-récits](#) décortiquent avec un prisme interdisciplinaire les mécanismes de captation de l'attention et de diffusion des fausses informations.
- Les [Designers Éthiques](#) viennent de publier un guide sur le design de l'attention.

À propos du Conseil national du numérique et de Designers éthiques



Le Conseil national du numérique est une commission consultative indépendante, chargée d'interroger la relation de l'humain au numérique prise dans toute sa complexité et de formaliser les problématiques qui y sont liées. Il vise à mettre en partage les éléments utiles à la pensée individuelle et collective ainsi qu'à la décision publique en France et en Europe. Il est composé d'un collège interdisciplinaire de membres nommés par le Premier ministre et de parlementaires désignés par les présidents du Sénat et de l'Assemblée nationale pour 2 ans. Le Conseil national du numérique est placé auprès du ministre délégué chargé du numérique. Il est institué par le décret du 8 décembre 2017 modifié par le décret du 13 février 2021.

designers éthiques

Designers Ethiques est une structure de recherche-action sur le numérique et les pratiques de design. En tant qu'association, elle explore les pratiques de conception numérique et travaille à la capacitation des designers et des professionnels du numérique pour produire un numérique émancipateur, durable et désirable. Designers Ethiques a 4 grands champs d'action : mener une recherche en produisant des éléments inédits de connaissance autour des enjeux de la responsabilité numérique (voir Nos thématiques) ; alimenter des communautés en proposant des réflexions ou des contenus propres à enrichir les travaux de communautés de designers ; former à la conception responsable en développant les compétences et la posture des designers ; et développer des projets en illustrant les choix possibles en termes de responsabilité pour les designers.

CONTACT

Conseil national du numérique
info@cnumerique.fr

Designers éthiques
hello@designersethiques.org

