

## Les industries de lecture : la logique de l'attention

Les industries de lecture se situent au croisement des industries de l'information (informatique, télécommunications...), des industries culturelles (les "contenus") et des industries du marketing. Elles ont trois types d'activités : la production de moyens de lecture, d'actes de lecture, et la commercialisation des lectures et des lecteurs. Les industries de l'accès (les télécoms, par exemple) se distinguent des industries culturelles classiques (livres, disques...) et se situent hors de la chaîne du livre. De même, les industries de lecture sont fondamentalement différentes des industries culturelles, mais cette différence réside dans la logique de l'attention. Il ne s'agit plus d'industries du livre mais d'industries de la lecture.

L'économie de l'attention est un concept inventé par les économistes pour rendre compte des relations entre information et attention. Pour atteindre son destinataire, l'information consomme une ressource : l'attention ; l'économie de l'attention est la valorisation de cette ressource. Elle s'appuie sur un marché à deux versants dans lequel les acteurs industriels interagissent avec deux groupes d'agents. C'est le cas, dans certains pays, des agences immobilières qui font payer leurs services à la fois aux vendeurs et aux acheteurs de biens immobiliers. Cette économie de l'attention est apparue de manière embryonnaire au XIX<sup>e</sup> siècle avec les journaux, qui s'adressaient d'un côté à un public de lecteurs (premier versant), de l'autre aux publicitaires (deuxième versant). L'économie des médias est donc un marché à deux versants, ce qui la distingue de l'édition qui reste une économie culturelle à un versant (achat d'un produit en échange d'une somme d'argent).

Avec l'économie de l'attention, le passage entre les deux versants est industrialisé, et c'est précisément dans ce passage que les industries de l'économie de l'attention fonctionnent en tant qu'industries de lecture, selon le modèle de l'économie de plateforme. Elles peuvent ainsi proposer des publicités plus ciblées et personnalisées. Leurs moteurs d'industrialisation – et donc leurs machines de lecture en tant que telles – se situent au cœur de ce qui fait circuler l'activité d'un versant à un autre. Ce qui était artisanal dans la presse est devenu un processus industriel.

Citons un exemple étonnant d'économie de l'attention : la numérisation des archives de *Life* sur Google Books donne accès à tous les numéros du magazine avec des sommaires, des liens hypertextuels et de la publicité contextuelle dans la marge. Or ces pages contiennent de la publicité pour des pages de publicité des anciens numéros de *Life*, donc pour des produits qui n'existent plus ! Autrement dit, le marketing mort vient alimenter le marketing vivant...

Prenons un autre exemple : les moteurs de recommandation font l'objet d'une vive compétition industrielle, pour laquelle des sommes énormes sont dépensées. Le moteur de recommandation d'Amazon signale que "les gens qui ont acheté tel livre ont aussi acheté...". On se situe ici dans les "eaux tièdes" du numérique : il ne faut pas que les lecteurs aient l'impression d'être manipulés, ni dépassés intellectuellement par les résultats qui sont donc travaillés pour être mieux acceptés. Après le moteur de recherche, le moteur de recommandation est la technologie caractéristique de l'économie de l'attention.



© Jean-Marc de Samie

Directeur du Groupement  
d'intérêt scientifique Culture &  
Médias numériques.  
Président d'Alphabetville.

Spécialiste des technologies de l'écrit, Alain Giffard a été notamment conseiller technique pour les technologies et la société de l'information au ministère de la Culture – où il a participé à l'élaboration des "espaces culturels multimédias" –, concepteur informatique de la bibliothèque numérique de la BnF, et président de la mission interministérielle pour l'accès public à l'internet. Il est aujourd'hui l'un des animateurs de l'association *Ars Industrialis*, reconnu comme un spécialiste des pratiques culturelles de l'internet, de l'hypertexte, et de l'intégration du numérique dans les bibliothèques.

### Publications

*Critique de la lecture numérique : The Shallows de Nicholas Carr*, in *BBF* n°5, 2011  
*Pour en finir avec la mécroissance. Quelques réflexions d'Ars Industrialis*, avec Bernard Stiegler et Christian Fauré, Flammarion, 2009  
"Hypertexte, autorité, espace public", in séminaire sur les "supports de la mémoire", Fondation des Treilles, Tourtour, Mai 2000  
"Petites introductions à l'hypertexte", in *Banques de données et hypertextes pour l'étude du roman*, sous la direction de Nathalie Ferrand, P.U.F., 1997

### Blog et site associé

<http://alaingiffard.blogs.com>  
<http://arsindustrialis.org>

Précisons que les industries de lecture ne visent pas à faciliter la lecture, mais plutôt à la détourner vers autre chose, à la transformer en "hits", en points d'accroche de la publicité. Le travail de l'économie de plateforme consiste précisément en cette transformation de la lecture humaine en lecture industrielle. Et la lecture industrielle est une non-lecture : le codage d'un nom propre dans un environnement de signes à un moment donné.

## **“Les industries de lecture ne visent pas à faciliter la lecture, mais plutôt à la détourner vers autre chose, à la transformer en “hits”, en points d'accroche de la publicité.”**

Ce type de dispositifs ne connaît pas la personne comme lecteur ni le contenu comme texte. *“Is there a text in this industry ?”* est la question qui sous-tend ces situations d'économie de l'attention.

Comment la lecture numérique se combine-t-elle avec l'attention du point de vue médical et paramédical ? Les pédiatres, les psychiatres et les neurologues proposent différentes approches. Les associations de pédiatres émettent de fortes recommandations telles que “pas de TV jusqu'à 3 ans, pas de console de jeux personnelle avant 6 ans, internet accompagné à partir de 9 ans”. Les psychiatres, eux, distinguent l'hyperactivité du syndrome de déficience de l'attention – pouvant conduire à l'opposition – qui concernerait jusqu'à 4 % des jeunes (majoritairement des garçons). Quant aux psychologues et neurologues, ils ont mis en évidence des problèmes d'attention dans le cadre de la lecture numérique et parlent à ce titre de “surcharge cognitive”. Ils désignent ainsi la situation d'un sujet qui, dans le cadre d'une opération principale à réaliser (ici la lecture), rencontre une série de questions – nécessitant de prendre des décisions dont dépendent d'autres opérations – tellement nombreuses qu'elles parasitent la tâche principale et vont peser sur elle. La surcharge cognitive est opérationnelle ; elle est liée à l'attention et distincte de la surcharge informationnelle.

Je distingue trois cas de surcharge cognitive, liés aux problèmes de visibilité, de lisibilité, d'association de la lecture et de la réflexion. Les obstacles de visibilité (éclairage, taille des caractères) sont ceux qu'examine traditionnellement la typographie. La surcharge cognitive pesant sur la lisibilité se situe dans le temps et dans l'espace. La prise en compte des hyperliens à l'intérieur des textes et des sites est un bon exemple de surcharge cognitive dans le temps. Tout en lisant, le cerveau doit considérer l'intérêt éventuel des hyperliens et prendre la décision de les activer (ou pas). La surcharge cognitive dans l'espace se caractérise plutôt par l'environnement multimédia et multitâches.

Certaines analyses relient la surcharge cognitive à un effet de distraction, soit à un défaut de concentration ou d'attention soutenue. Cette notion de distraction, qui désigne le fait de passer d'un monde de représentations à un autre, est au cœur du débat sur la relation des enfants et des jeunes avec le numérique. Concernant la lecture numérique, il ne suffit pas de considérer que les lecteurs n'arrivent pas à se concentrer ou sont distraits au cours de la lecture. La situation devrait plutôt être pensée comme un conflit entre l'attention orientée texte (celle qui suit le fil de la lecture) et l'attention orientée média (celle qui doit résoudre une série de questions posées par le média). La puissance du livre imprimé classique – en tant que média – réside précisément dans sa capacité à se faire oublier, permettant au lecteur de se concentrer sur le texte. Nous devons travailler pour essayer de comprendre les mécanismes de cette concurrence entre attentions, sans écarter de manière péremptoire l'attention orientée média, en dépit du fait qu'elle soit aujourd'hui nettement déficiente. Mais la question de l'attention dans la lecture numérique dépasse largement les seuls obstacles à la lisibilité...

L'extrait qui suit provient d'un texte admirable de Proust, qui tient lieu d'introduction au livre *Sésame et les lys\** de John Ruskin\* : “Tant que la lecture est pour nous l'initiatrice dont les clés magiques nous ouvrent au fond de nous-mêmes la porte de demeures où nous n'aurions pas su pénétrer, son rôle dans notre vie est salutaire. Il devient dangereux au contraire quand au lieu de nous éveiller à la vie personnelle de l'esprit, la lecture tend à se substituer à elle, quand la vérité ne nous apparaît plus comme un idéal que nous ne pouvons réaliser que par le progrès intime de notre pensée et par l'effort de notre cœur, mais comme une chose matérielle déposée entre les feuillets des livres comme un miel tout préparé par les autres et que nous n'avons qu'à prendre la peine d'atteindre sur les rayons des bibliothèques et de déguster ensuite passivement dans un parfait repos de corps et d'esprit.”

Cette introduction est un véritable traité de la lecture. Selon Proust, il ne faut pas confondre la lecture et l'entrée dans la vie de l'esprit, ne pas mélanger l'opération préparatoire et l'étape suivante qui constitue sa véritable finalité. Ce texte reprend une notion traditionnelle dans la philosophie de la lecture : l'association de la lecture et de la réflexion (“lectio” et “meditatio”). Au lieu de prendre la lecture pour la réflexion (ou la méditation), Proust la voit comme une activité préparatoire à la réflexion. Et, d'après le livre *Proust et le calamar\** de Maryanne Wolf\*, cela correspond exactement à la conception contemporaine des neurologues.

Évidemment, l'association entre lecture et méditation est au centre de la pratique de la lecture comme technique de soi. Mais toutes les formes de lecture d'étude – y compris celles qui se limitent aux premiers degrés d'interprétation – font appel à l'association entre lecture et réflexion. Or c'est précisément cette association que la lecture numérique rend difficile. Les mêmes obstacles qui perturbent la visibilité et la lisibilité s'opposent à l'association de la lecture et de la réflexion. Normalement, l'école transmet le type de concentration permettant d'associer lecture et réflexion, qui ont été intégrées à la méthode d'enseignement de la lecture. Il existe évidemment d'autres formes de lecture, comme une certaine lecture d'information, d'ailleurs critiquée par Proust ; mais elles n'ont pas la même portée.

La lecture numérique soulève donc un certain nombre de difficultés d'ordre culturel et cognitif. Du point de vue du lecteur, la logique de l'attention est centrale puisqu'elle relie les questions de lisibilité et de réflexion. Mais il faut aller au-delà de ce constat pour développer une "pharmacologie" – terme que nous utilisons à *Ars Industrialis*\* – de la lecture numérique autour de l'attention. Autrement dit, il faut construire une critique pharmacologique de la technique de lecture numérique.

On observe une continuité manifeste entre l'économie de l'attention, les technologies de lecture numérique, la psychologie de la lecture (le conflit entre les deux attentions) et le contenu culturel de la lecture. En résumé, l'absence d'une technologie de lecture numérique intégrée et les difficultés d'ordre technique de la lecture numérique (avec le poids de l'attention orientée média) s'expliquent par l'orientation centrale de l'économie de l'attention, qui vise à nous détourner du cours régulier de notre lecture pour nous réorienter vers la publicité et n'a donc pas intérêt à nous proposer une technologie intégrée de lecture. Inversement, il n'y a pas de déterminisme. Si la lecture numérique est dépendante d'une technologie par défaut et que celle-ci est un produit de ce type d'industrialisation, il suffit de modifier l'industrialisation pour permettre d'autres manières de lire avec d'autres technologies. La lecture numérique n'est ni inconcevable, ni condamnée. Au contraire, tous les

éléments pour un vrai design de la lecture numérique sont réunis, mais c'est le contexte industriel qui fait qu'ils ne sont pas mis en œuvre.

L'objectif de cette critique pharmacologique de l'attention n'est pas simplement théorique. La prise de conscience sur les questions de lecture s'est accélérée. Pour accompagner cette période de transition appelée "conversion numérique" par Milad Doueïhi, nous allons proposer dans les années qui viennent une sorte d'art de la lecture numérique qui s'appuiera sur une pharmacologie de l'attention.

Celle-ci consisterait d'abord à conserver la lecture classique comme lecture de référence (en partant du principe que la lecture numérique ne peut pas se substituer à la lecture classique), ensuite à réintroduire la notion d'exercice dans la lecture (le lecteur n'étant pas qu'une suite d'actes de lecture, mais aussi une mémoire des textes et de l'art de lire), enfin à considérer le contenu de l'attention orientée média, qui entre en concurrence avec l'attention orientée texte, provoquant ce que certains comprennent comme un phénomène de distraction et qui concerne plus particulièrement la situation des jeunes lecteurs. Il faut veiller à ne pas confondre l'hyperactivité, l'hyperattention et une attention certes défectueuse mais nécessaire à la lecture. De même, il ne faut pas confondre le lecteur qui est contraint et l'industrie de lecture qui contraint.

Dans son livre *La Distinction*\*, Pierre Bourdieu distingue trois types de rapports à l'art et à la culture : celui des prolétaires (hors de la norme, inacceptable pour la société dominante), celui de la bourgeoisie ou de la grande bourgeoisie (culture d'accès à l'œuvre, de fréquentation de l'œuvre) et celui de la petite bourgeoisie (toujours autour, jamais dedans). D'après Bourdieu, le petit bourgeois n'est pas un homme de livre mais de catalogue, un homme du "péri" (ce qui est autour) et du "méta" (ce qui est au-dessus). Avec le numérique, nous faisons le grand écart entre deux positions : nous avons un accès technique direct aux œuvres grâce à la numérisation mais nous sommes des petits bourgeois du point de vue des réseaux sociaux, de la place et du plaisir pris au décryptage du médium. J'insiste sur ce point pour éviter la confusion entre déficit cognitif et attention aux médias, et pour ne pas attribuer au seul numérique et aux industries de lecture certains des traits fondamentaux de notre société.

C'est pourquoi j'associe étroitement la critique de la lecture numérique, les humanités numériques et l'humanisme numérique, c'est-à-dire la conception de la lecture comme technique de soi.

**“Concernant la lecture numérique, la situation devrait être pensée comme un conflit entre l'attention orientée texte (celle qui suit le fil de la lecture) et l'attention orientée média (celle qui doit résoudre une série de questions posées par le média).”**