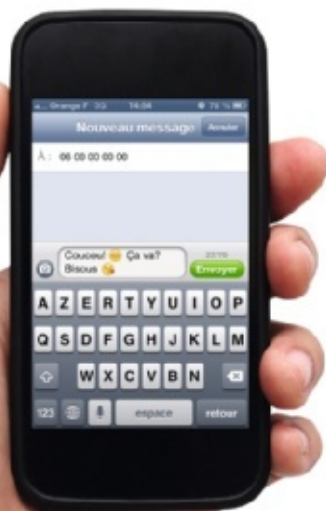




4. L'ENVOI DE MESSAGES

anodins, dépourvus de véritable information, a pour fonction d'entretenir des relations et de les rendre plus chaleureuses. De tels échanges contribuent aussi à compenser la déliquescence du lien social classique.

la plupart des réseaux sociaux, au point d'en faire la principale régularité statistique gouvernant les sociabilités en ligne : il s'agit d'une loi de puissance, ce qui signifie que le nombre de membres ayant n amis est à peu près proportionnel à n^a , où a est un exposant négatif fixé.

D'autre part, la connectivité se modère d'elle-même par des sortes de rites et d'implicites qui structurent le fonctionnement des réseaux sociaux. Comme l'a montré Antonio Casilli, de l'EHESS (École des hautes études en sciences sociales, à Paris), une surabondance d'amitiés affichées peut impliquer que l'utilisateur en question est « trop léger » dans ses relations sociales. Il est alors un « collectionneur de liaisons », un superficiel, qui papillonne d'un ami à l'autre. Ainsi, sur *Myspace*, ces êtres prêts à poster des photos ou des remarques aguicheuses pour se faire ajouter par des milliers, voire des centaines de milliers, de contacts sont explicitement traités de *whores*, de putains. Il faut savoir élaborer son réseau d'amis pour qu'il ait la bonne taille, la bonne composition, la bonne densité et les bonnes articulations. Ne serait-ce que pour paraître humain : sur *Twitter*, par exemple, une surabondance d'abonnements indique souvent que l'on a affaire à un spammeur ou bien à un *bot* (un logiciel qui simule une présence humaine).

Un dernier débat, central pour les designers des outils, existe sur la question de savoir quelle serait la façon « optimale »

d'arbitrer sur la taille de ces dynamiques exploratoires. Il a été ouvert aux États-Unis par Sinan Aral et Marshall van Alstyne. Ces chercheurs en sciences de l'information ont voulu mettre en évidence que, s'il est vrai que nos contacts éloignés (les fameux « liens faibles ») sont en meilleure position pour nous apporter des informations nouvelles, ils le font rarement car, par définition, nous interagissons peu avec eux et de manière espacée dans le temps.

S. Aral et M. van Alstyne ont notamment étudié pendant dix mois les courriels d'une société de recrutement de cadres. Les recruteurs qui étaient liés à un nombre restreint de contacts forts recevaient davantage d'informations nouvelles (le nom de nouveaux candidats) par unité de temps que ceux ayant de nombreux liens faibles. Les deux chercheurs ont développé un modèle qui montre que la supériorité des liens forts est limitée à l'acquisition d'un certain type d'informations : celles qui ont une valeur stratégique. Il y a donc aussi un surprenant pouvoir des liens forts.

Une insécurité cognitive

La transformation qu'apporte Internet concerne enfin le rapport à l'information et au savoir. Dans ce cadre, Internet fait advenir des phénomènes d'insécurité et de remise en cause des autorités. Les technologies de l'information et de la communication ont augmenté la quantité globale d'informations qui nous parviennent ; mais elles ont surtout développé une situation d'insécurité cognitive, du fait de l'ignorance sur la source de l'information.

À côté des témoignages venus de proches, où l'information est enchâssée dans une structure d'interconnaissance interpersonnelle qui permet d'en garantir la crédibilité, à côté également des médias de masse qui offrent une information vérifiée ou certifiée, voire officielle, émergent des canaux de communication transversaux ou horizontaux par lesquels arrivent des informations non garanties, surprenantes mais officieuses, et susceptibles de poser des problèmes de confiance. Notamment, Internet constitue une caisse de résonance pour la circulation d'histoires urbaines ou de rumeurs : c'est un « formidable amplificateur de rumeurs », selon les termes de Pascal Froissart, sociologue à l'Université Paris VIII.

Avec la multiplication et la fragmentation en petits morceaux et en versions



5. L'ACCUMULATION DE PLUSIEURS CANAUX D'INFORMATION conduit à une intense sollicitation du sujet. Ce dernier, s'il en a les capacités, peut réagir positivement à cette situation en développant un régime d'hyperattention.

multiples de notre documentation quotidienne, nous sommes confrontés à une « crise » d'hypersollicitations.

Un nouveau style cognitif : l'hyperattention

Ainsi, d'après Katherine Hayles, de l'Université Duke aux États-Unis, à côté de l'attention profonde – une concentration de longue durée avec inhibition des activités concurrentes – se développe, auprès des plus chanceux, un nouveau style cognitif, fondé sur « l'hyperattention », une attention portée à des stimulations multiples et simultanées (voir la figure 5). Mais cette capacité est-elle le lot de tout un chacun ? Ne voit-on pas apparaître de nouvelles fractures cognitives, là où l'installation du réseau Internet à tout le territoire tend à résorber peu à peu la fracture numérique ?

Il n'y a ainsi pas de lien naturel entre l'augmentation de la densité en informations et le goût pour la curiosité et l'exploration. Sous peine d'être saturée, la curiosité demande que la complexité de l'environnement soit modérée. Cela force même à penser que, dans une société de l'information, un premier régime optimal d'attention serait de se laisser porter par les indications et les nouvelles que les métriques de l'information – c'est-à-dire les nouvelles façons de la classer et de la hiérarchiser – mettent en avant pour nous. Il se développe ainsi naturellement une tendance à déléguer notre attention à des systèmes de notification – capteurs, compteurs, avertisseurs, alarmes –, qui ont pour effet de substituer aux choix conscients des traitements immédiats et non réfléchis.

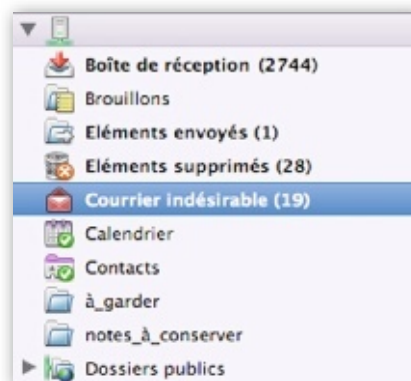
Au nom de l'impératif de réactivité, de plus en plus de cadres laissent même aujourd'hui délibérément leur activité être pilotée par les interruptions plutôt que de la conduire de façon planifiée (voir la figure 6). Parallèlement, l'abondance d'offres culturelles proposées par les médias tend à substituer à des publics actifs et créatifs des audiences « sérielles », qui consacrent de moins en moins de temps à un nombre de plus en plus grand d'œuvres consommées à la va-vite, au fil de l'actualité et de l'urgence. Dans un contexte saturé de représentations, émerge une tendance naturelle à se laisser passivement aller à la première urgence, à s'incliner à la procrastination, enterrant sous un amas de petites tâches urgentes nos activités complexes, incertaines et dispendieuses en temps.

Pourtant, en contrepoint à ce régime d'attention réactive, subsiste sans doute une possibilité pour l'exploration curieuse. Les ethnographes de l'automatisme ont mis en relief qu'un tel monde saturé d'informations, où les objets sont complexes et engendrent des questions, ouvre à un régime d'enquête où les individus ont la volonté, curieuse, d'explorer l'ensemble. Contre la recherche organisée et planifiée, la curiosité signale une disponibilité à la trouvaille, à la découverte au hasard. Elle explique, comme je l'ai montré récemment sur l'exemple des victimes de spams, que la communication en ligne rende plus crédule, et vulnérable aux tromperies.

Dans la société de l'information, on est ainsi en droit de voir se conjuguer trois régimes d'attention : réactif, planifié et curieux. La prédilection pour l'un ou l'autre n'est pas liée aux dispositifs techniques auxquels on a affaire. Comme l'a montré en 2010 Christian Licoppe, à Télécom ParisTech, les alertes, au lieu d'être des interpellations ou des sommations, deviennent de plus en plus, pour celui qui les reçoit, des suggestions suffisamment subtiles et fugaces pour que leur traitement fasse l'objet d'une hésitation, d'une délibération interne, d'un traitement différé ou d'une ignorance.

L'image de l'homme modifiée ?

Ainsi, nous avons vu que l'arrivée d'Internet a engendré des sociabilités plus distantes et a accru l'insécurité cognitive. Au-delà, c'est probablement l'image de l'homme qui s'en trouve modifiée. Des siècles durant, les hommes, riches comme ordinaires, ont cherché à illustrer leur existence et leur rang à travers des portraits ou des images. La croyance physiognomonique, répandue au XVII^e siècle, permettait à un Rembrandt ou un Velázquez d'inscrire les vertus morales (générosité, courage, etc.) dans des traits de visage et des postures comportementales grâce à des conventions iconographiques bien connues. Désormais, c'est de plus en plus autour de la mise en valeur de la connectivité, des liens d'affiliations à des espaces réservés – clubs, associations d'anciens, amitiés professionnelles construites par le carnet d'adresses – que se forge la valeur d'un individu. Le grand homme, c'est désormais le mailleur, le faiseur de réseaux. La sveltesse connexionniste a pris le pas sur l'obésité du propriétaire de biens. ■



6. QUAND LES SOLlicitATIONS sont trop nombreuses, par exemple quand on reçoit plusieurs centaines de courriels par jour, beaucoup de cadres d'entreprise se laissent aller délibérément à une activité régie par les interruptions plutôt que planifiée.

BIBLIOGRAPHIE

N. Auray, *Manipulation à distance et fascination curieuse : les pièges liés au spam*, *Réseaux*, n° 171, pp. 104-131, 2012.

S. Raux et C. Prieur, *Stabilité globale et diversité locale dans la dynamique des commentaires de Flickr*, *RTSI*, vol. 30(2), pp. 155-180, 2011.

A. A. Casilli, *Les liaisons numériques*, Seuil, 2010.

K. Lewis et al., *Tastes, ties, and time: A new [cultural, multiplex, and longitudinal] social network dataset using Facebook.com*, *Social Networks*, vol. 30(4), pp. 330-342, 2008.

K. Hayles, *Hyper and deep attention. The general divide in cognitive modes*, *Profession*, n° 13, pp. 187-199, 2007.

P. Noris, *The bridging and bonding role of online communities*, dans P. N. Howard et S. Jones (dir.), *Society Online – the Internet in Context*, Sage, pp. 31-41, 2004.

A.-L. Barabási, *Linked. The New Science of Networks*, Perseus Books Group, 2002.