

GINGRAS, RAPHAËLLE

PHILOSOPHIE

CONCOURS DE PHILOSOPHIE : L'HOMME ET SA RELATION AVEC LES TIC

Travail présenté au

DÉPARTEMENT DE PHILOSOPHIE DU CÉGEP DE RIVIÈRE-DU-LOUP

PHILOSOPHIE
CÉGEP DE RIVIÈRE-DU-LOUP
Lundi, le 9 avril 2018

Les TIC contrôlent-elles nos vies ?

James Williams et Tristan Harris sont deux ex-employés très influents de la compagnie Google. Pourtant, en 2013, ces deux hommes ayant contribué à l'essor de la technologie depuis de nombreuses années ont pris un virage pour le moins inattendu en fondant *Time Well Spent* (aujourd'hui le *Center for Humane Technology*), une organisation visant à empêcher les compagnies derrière les médias sociaux, les cellulaires et les tablettes de « prendre le contrôle » (Center for Humane Technology, 2018) de nos vies. Bien qu'il soit non-négociable que les appareils électroniques ont pris une importance démesurée dans la vie de plusieurs, pouvons-nous vraiment affirmer que ceux-ci sont en train de contrôler nos vies ? Selon moi, il n'y a aucun doute sur le fait que les compagnies derrière les technologies de l'information et de la communication usent de stratégies pour manipuler leurs acheteurs, comme Williams et Harris le soulignent. Or, la population occidentale est loin d'être « contrôlée » par la technologie puisqu'elle a le choix ou non de l'utiliser presque en tout temps.

D'abord, le terme « technologies de l'information et de la communication », alias TIC ou NTIC, englobe « [l']ensemble des technologies issues de la convergence de l'informatique et des techniques évoluées du multimédia et des télécommunications » (Office québécois de la langue française, 2012). L'idée comme quoi les TIC nous contrôlèrent suggérerait donc que tous nos appareils informatiques ainsi que tous les médias sociaux visant à nous informer chercheraient secrètement à nous manipuler... Ce qui n'a pas tout faux. En effet, nous n'avons qu'à nous connecter quelques fois à Facebook pour constater que ce réseau social utilise les publicités afin d'influencer ses utilisateurs. En effet, depuis 2014, le site a choisi de cibler ses publicités (Guillaume Belfiore, 2014). Cela signifie que, pour savoir quelles annonces leur proposer, les algorithmes de Facebook se réfèrent à l'historique de navigation de ceux qui fréquentent leur site afin de leur proposer des produits ou autres sites web qui, comble du hasard (ou pas), ressemblent étrangement à des plateformes qu'ils consultent régulièrement. De cette façon, Facebook permet aux commerces qui lui font confiance de rentabiliser leurs publicités en plus de lui-même faire des profits. Snapchat, réseau social très populaire chez les jeunes, a lui aussi plusieurs tours dans son sac afin d'influencer ses utilisateurs : entre

autres, ce qu'il a appelé le « Mode Snapstreak » est une fonctionnalité qui comptabilise le nombre de jours d'affilée lors desquels deux utilisateurs ont communiqué entre eux (Snapchat, 2018). Ainsi, les utilisateurs sont tentés d'ouvrir l'application quotidiennement afin de garder ce nombre de jours le plus élevé possible puisque, si jamais ils OSAIENT laisser tomber Snapchat plus de vingt-quatre heures, leur « Snapstreak » tomberait à zéro. Il n'y a donc aucun doute sur le fait que les TIC usent de stratégies manipulatrices, certes.

Par contre, pouvons-nous vraiment affirmer qu'elles ont « pris le contrôle de nos vies » ? Il ne faut pas oublier que le verbe « contrôler » est très lourd de sens, puisqu'il implique dans ce contexte-ci que les TIC « [exerceraient] un pouvoir de direction sur (...) un groupe » (Reverso, 2017), ce groupe étant la population occidentale. Or, peut-on vraiment prétendre que Google, Facebook, Twitter, Snapchat, Samsung ou n'importe quelle autre compagnie du genre « exerce un pouvoir de direction sur nous » ? Dans les faits, non ! Dans le contexte des médias sociaux, la seule personne exerçant réellement un « pouvoir de direction » sur l'utilisateur n'est nulle autre que l'utilisateur lui-même. Oui, les stratégies de marketing dont les TIC usent TENTERONT d'amener l'utilisateur à dépenser ou à changer ses habitudes de vie, mais elles ne l'OBLIGERONT pas. L'utilisateur est donc réellement celui qui a le contrôle puisqu'il est le seul et l'unique directeur de ses actions. En effet, on ne peut prétendre que la technologie « prend le contrôle » de l'humain sans qu'il ne l'ait d'abord voulu puisque l'homme possède un libre arbitre, soit « la pleine liberté de décider, de faire selon sa volonté » (Reverso, 2017). Le téléphone intelligent de l'homme n'est pas celui qui décide combien de fois son propriétaire le consultera par jour et une tablette n'a certainement pas le pouvoir de contrôler les gestes d'autrui pour l'amener à l'utiliser sans son vouloir : les hommes et les hommes seulement sont responsables de leur utilisation des TIC, aussi excessive soit-elle pour certains. S'ils se considèrent trop influencés par leurs appareils électroniques ou les médias d'information, ils peuvent en tout temps choisir de les consulter de façon plus modérée afin d'être plus heureux. Comme l'a souligné René Descartes, c'est du « bon usage du libre arbitre que vient le plus grand et le plus solide contentement de la vie » (Pierre Alain Cahné, 1980). Si nous voulons un apport plus sain aux technologies de l'information et des communications, il faut nous-mêmes choisir de changer nos habitudes puisque nous avons le dernier mot sur ces appareils.

Or, certains pourraient répliquer que la société nous a conditionné à se servir de façon obsessionnelle des technologies de l'information et des communications, ce qui renforce le « contrôle » que celles-ci ont sur nous. En effet, le conditionnement est un processus psychologique qui consiste à récompenser un homme ou un animal lorsqu'il fait une action afin de l'amener à faire cette action par lui-même. Cela s'apparente étrangement aux stratégies de certaines applications ou fonctions disponibles sur les TIC, j'en conviens, qui nous récompensent lorsque nous nous servons quotidiennement de celles-ci (certains jeux disponibles sur Facebook, par exemple, récompensent leurs utilisateurs avec des « bonus quotidiens » qui deviennent plus importants à chaque jour). Par contre, je crois que cet argument n'est pas valable puisqu'il serait une façon de déresponsabiliser la population occidentale dans son abus de certaines technologies. Il est facile de blâmer les stratagèmes manipulateurs des compagnies de marketing derrière les TIC pour nos comportements irresponsables, mais il est un peu moins courant pour les adeptes de cet argument de parler du fait que s'il est possible de se conditionner à utiliser sans cesse son appareil... il est également faisable de conditionner quelqu'un à moins l'utiliser ! Par exemple, dans certaines écoles, les enseignants commencent à donner des récompenses (des bonbons, par exemple), aux élèves qui pensent de déposer leur cellulaire dans une boîte à chaque cours. À force de les mettre ailleurs durant leurs heures de classe et d'en être félicités, les élèves apprennent par eux-mêmes à délaisser ce type de technologies de temps en temps. Il en va donc des gens eux-mêmes de choisir d'essayer de trouver des stratégies pour se « déconditionner »... Mais cela est possible, ce qui ne le serait certainement pas si la technologie avait le contrôle total sur les êtres que nous sommes ! Il est vrai que pour les gens si habitués d'allumer leurs ordinateurs ou de consulter leurs textos aux dix minutes, il est difficile d'apprendre à les laisser tomber graduellement. Or, le chemin difficile est souvent le plus gratifiant : comme Kant le soulignait avec ses concepts de majorité volontaire et de minorité volontaire, une fois que l'homme est au courant qu'il a un problème, il fait face à un choix : celui de travailler dur pour le régler, et ainsi atteindre la majorité volontaire, ou celui de ne rien faire, toujours plus facile, mais qui au fond ne règle rien. Si les gens SAVENT qu'ils seraient conditionnés pour être dépendants à leurs technologies, le fait de choisir de ne rien faire serait donc de la minorité volontaire et carrément un refus d'agir... Ce qui n'est certainement pas de la faute

de leur téléphone intelligent, mais bien d'eux et eux seuls ! Puisqu'il est si facile d'avoir une vision manichéenne comme quoi « la méchante technologie contrôle les pauvres et gentils humains », ou du moins beaucoup plus facile qu'avoir une vision plus nuancée comme quoi « les compagnies derrière les TIC ont des stratégies pour amadouer les humains, mais ceux-ci le savent et peuvent du coup user de stratégies de leur côté pour ne pas se faire prendre », beaucoup se rangent malheureusement du côté de la minorité volontaire dans ce contexte...

En bref, bien que les compagnies derrière les technologies de l'information et des communications usent, comme n'importe quelle compagnie en marketing d'ailleurs, de stratagèmes pour que les hommes s'en servent quotidiennement et agissent de certaines façons, ces compagnies ne prennent certainement pas de décision à la place de personne. Il en vient aux hommes eux-mêmes, seuls ayant vraiment contrôle de leur être, d'être dépendants de la technologie ou pas du tout. J'aimerais d'ailleurs souligner que les stratégies de marketing sont utilisées par tous autour de nous pour TENTER de changer nos comportements : que ce soit nos circulaires d'épicerie, les campagnes politiques... Ou, dites donc, les sites web d'organisations telle Time Well Spent qui utilisent des hyperboles telle « les technologies contrôlent nos vies » pour amener les gens à en avoir peur et à se ranger derrière elles ! Il n'est pas un secret qu'énormément de personnes ou organisations tentent d'avoir le dernier mot, mais il en va de nous, philosophes du quotidien, de s'armer de pensée critique pour ne pas tomber dans les pièges de la facilité. Que ce soit ceux qui veulent nous conditionner à abuser de certaines choses... Ou ceux qui veulent nous en priver.

MÉDIAGRAPHIE

Annabelle Laurent. (s. d.). « Sur son lit de mort, personne ne se dit : « J’aurais aimé passer plus de temps sur Facebook » ». Consulté 8 avril 2018, à l’adresse

https://usbeketrica.com/article/sur-son-lit-de-mort-personne-ne-se-dit-j-aurais-aime-passer-plus-de-temps-sur-facebook?ct=t%28Newsletter_AvecMonCafe_Point_Fr%29

Belfiore, G. (2014, juin 13). Publicité ciblée : Facebook s’appuiera sur l’historique de navigation. Consulté 8 avril 2018, à l’adresse

<http://www.clubic.com/pro/webmarketing/publicite-en-ligne/actualite-709431-publicite-ciblee-facebook-appuie-historique-navigation.html>

Cahné, P. A. (1980). *Un autre Descartes: le philosophe et son langage*. Vrin.

Karapinar, O. (2016, juin 16). Comment la technologie pirate l’esprit des gens. Consulté 8 avril 2018, à l’adresse <https://medium.com/france/comment-la-technologie-pirate-lesprit-des-gens-e8bd041adb4c>

Office québécois de la langue française. (s. d.). technologies de l’information et de la communication. Consulté 8 avril 2018, à l’adresse

http://www.granddictionnaire.com/ficheOqlf.aspx?Id_Fiche=8349341

Philisto. (s. d.). Le problème du libre-arbitre - Philisto. Consulté 8 avril 2018, à l’adresse

<http://philosophie.philisto.fr/cours-52-le-probleme-du-libre-arbitre.html>

PSYCHOLOGIES.COM. (s. d.). Conditionnement : Définition de Conditionnement |

Psychologies.com. Consulté 9 avril 2018, à l’adresse <http://www.psychologies.com/Dico-Psycho/Conditionnement>

REVERSO. (s. d.-a). Définition contrôler | Dictionnaire définition français | Reverso. Consulté 8

avril 2018, à l’adresse <http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/contr%C3%B4ler>

REVERSO. (s. d.-b). Définition le libre arbitre | Dictionnaire définition français | Reverso.

Consulté 9 avril 2018, à l'adresse <http://dictionnaire.reverso.net/francais-definition/le%20libre%20arbitre>

Snapchat. (s. d.). Mode Snapstreak (Ça chauffe !). Consulté 8 avril 2018, à l'adresse

<https://support.snapchat.com/fr-FR/a/snapstreaks>

The Center for Humane Technology. (s. d.). The Problem. Consulté 8 avril 2018, à l'adresse

<http://humanetech.com/problem/>

Wikipédia. (2018, mars 24). Time Well Spent. Dans *Wikipedia*. Consulté à l'adresse

https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Time_Well_Spent&oldid=832126437