

L'information: entre l'abondance et la rareté

Jacques Rhéaume

On est tellement entré dans l'ère de l'information que je pourrais à chaque jour aborder une facette différente de cette réalité bien contemporaine. La question n'est pas cernée, du moins pour cette génération. L'information est-elle rare ou abondante? Est-elle précieuse ou vulgaire? Est-elle stable ou éphémère? Quelle différence y a-t-il entre le savant et l'ignorant? C'est une question de point de vue.

L'approche « varsol »

Dès le début de la Genèse, Ève est tentée par le serpent qui lui montre les fruits de l'arbre de la connaissance du bien et du mal. Elle n'a pas toute l'information et elle en désire. Elle fut un peu déçue car elle a peu obtenu, d'une part, et elle a toujours passé pour ne pas se mêler de ses affaires, d'autre part. L'information était réservée aux dieux. Elle voulait être un Dieu qui gouverne avec information comme signe de puissance. Mon récit inaugural va exactement dans le sens inverse. J'ai été élevé dans une quincaillerie et j'ai expérimenté très jeune les effets différents du « naphta » ou naphthaline, de la térébenthine, du varsol, des « déboucheurs » de tuyauterie, des diluants, etc. La curiosité et la prudence guidaient mes connaissances. Plus tard, lorsque mes enfants étaient très jeunes à leur tour, j'ai pensé les préserver des dangers de tous les produits domestiques: eau de javel, nettoyeur à base d'ammoniaque, savons, diluants, polissants, etc. On les plaçait très haut sur une étagère ou dans un endroit inaccessible au bébé. Nous étions une famille prudente avec des enfants qui ne découvriront qu'à l'âge adulte les bienfaits et les effets de chaque produit. Des parents prudents peuvent ne pas informer leurs enfants. Mais la santé et la vie passent avant l'information dans nos valeurs actuelles. Un jour, je roule sur l'autoroute en banlieue de Toronto à l'heure de pointe. Les routiers roulent vite, je me fais dépasser par le camion d'eau de javel, la citerne de pétrole freine brusquement, la peinture en vrac passe aussi, le gaz naturel zigzague, bref, toutes les bouteilles dangereuses que je conservais à l'abri des mésaventures domestiques étaient mises en mouvement à haute vitesse et en quantité. La circulation me semblait être porteuse de sens divers. Ce n'était pas seulement des véhicules qui roulaient, c'était aussi des contenus dangereux. Toutes ces informations venaient compliquer ma conduite sur une route inconnue. Je souhaitais sortir indemne de cette abondance.

Les diverses manières d'appréhender les liquides dangereux et efficaces peuvent

illustrer les diverses manières d'appréhender l'information. J'ai appris dans la quincaillerie que le varsol avait la même propriété que la térébenthine mais qu'il coûtait beaucoup moins cher parce qu'il était produit synthétiquement. On achetait le varsol pour éclaircir une peinture trop épaisse, pour nettoyer les pinceaux et enlever les taches de peinture sur la peau. J'ai aussi appris qu'il fallait bien se laver à l'eau après un détachage au varsol parce que la peau se met à piquer autrement. Certaines personnes sont plus sensibles que d'autres au varsol. Il faut laisser le linge imbibé de varsol à l'extérieur parce que dans un tas, il risque de s'échauffer et d'engendrer un incendie. Simplement par la connaissance acquise en milieu ordinaire et sans référence au monde scientifique, on peut dire que je connais le varsol. L'information relative à ce produit m'est arrivée graduellement et tout fut acquis dans une même logique facile à comprendre. Mes enfants, élevés dans un contexte domestique ordinaire où les produits nocifs étaient identifiés avec des petites icônes indiquant l'inflammabilité et la corrosion, n'ont pas eu la même connaissance. Ils savent que le varsol est utile quand on peinture mais ils ignorent les propriétés de ce produit et les comportements qu'il faut avoir à son égard tels que le garder loin de la chaleur, se laver après contact avec la peau et se débarrasser à l'air libre des linges imbibés. Même la lecture des étiquettes ne donne pas toute cette information. Pauvres enfants, dans un contexte où l'information semble abondante, on leur a caché de l'information, on les a éloignés du produit. Enfin, lorsque le camion-remorque plein de varsol me dépasse sur la route à plus de 100 km/h, je continue à bien conduire la voiture et j'essaie simplement d'éviter la catastrophe car le danger est amplifié par l'accélération du produit mais c'est vraiment beaucoup trop de varsol, beaucoup trop d'information. Je ne saurais pas quoi faire dans une mer de varsol.

L'information qui devient connaissance ressemble beaucoup aux diverses manières de connaître le varsol. Un peu d'information suffit à créer une bonne connaissance, expérimentale ou non, appelons cela la **disponibilité**. Le varsol gardé à l'écart, c'est comme l'information gardée à l'écart, on n'en a qu'une connaissance imparfaite, lacunaire même si on se croit informé, appelons cela la **rareté**. L'information à plein camion n'est pas très utile. Il en faudrait plutôt une petite bouteille, appelons cela l'ignorance par l'**abondance**.

L'approche varsol appliquée à l'information se confirme souvent. Imaginons un cours où le professeur ne donne aucune information, aucune référence. Cela créerait un effet de rareté, on se plaindrait. Imaginons un cours où le professeur donnerait une interminable bibliographie à lire. Il découragerait immédiatement ses étudiant-es. Les balises à l'information pédagogique ne doivent pas être perçues comme des interdits mais comme une manière de délimiter le territoire à parcourir. Dans un cours comme dans la vie, l'information doit être disponible en quantité absorbable tout en s'assurant d'une qualité pertinente.

L'informatique et les réseaux concentrent l'information comme jamais auparavant. En fait, on la croit tellement concentrée qu'on oublie même qu'il peut y avoir des fuites. (Cet article est écrit au moment où j'apprends l'attaque du World Trade Center à New York et du Pentagone à Washington, le 11 septembre 2001. Le site cnn.com est lent. On n'avait pas été informé de l'attaque.) On se pose donc des questions sur cette concentration de l'information. Est-ce que l'information peut devenir une arme contre les intérêts des citoyens ordinaires (Valovic, 2000) ou un bouclier contre les intérêts des opposants à cette innovation occidentale. On peut au moins affirmer que le bouclier n'est pas très fort aujourd'hui: la vérité, les valeurs et les croyances ne sont pas les mêmes pour tous. J'avais l'intention dans ce texte de mentionner la guerre du Golfe comme exemple d'évènement-media organisé pour satisfaire les besoins d'information autant que pour atteindre des fins militaires. La situation du jour apporte un exemple contraire. Des symboles sont attaqués: l'économie, la défense, peut-être la politique, le divertissement et les médias si l'escalade terroriste continuait. Quel message est envoyé? Quels moyens inappropriés? Depuis les débuts de l'électricité et de l'électronique, le signal passe ou ne passe pas. Le code Morse, les clignotants et tout le phénomène de la numérisation avec ses 0 et 1 repose sur ce principe qui devient un paradigme. Sans décodeur approprié, l'anarchie revient. L'information est une puissance et une contre-puissance. Une puissance parce qu'on peut contrôler l'information malgré l'apparence d'abondance et une contre-puissance parce que la réalité perverse peut emprunter les chemins prévus avant de créer un dérapage. (Les avions de ligne qui avaient d'abord emprunté les chemins prévus sont devenus des projectiles dans les attaques du jour. Or il y a une certaine analogie entre les routes, les corridors aériens et les autoroutes de l'information.)

Les romanciers comme théoriciens

Je suis loin d'être le premier à soulever la question de l'impact du contrôle, de l'abondance, de la rareté et de la pertinence de l'information comme mode de vie à l'ère de l'information, pour reprendre l'expression consacrée. Valovic (2000) rapporte que Postman (1985) a déjà opposé Orwell à Huxley. On sait que Orwell a écrit des romans comme *Blade Runner* et *Neuromancer*, c'est là qu'il a forgé le terme « cyberspace » entre autres. On sait aussi que Huxley a écrit *Brave New World*. Et Postman confronte leurs positions.

« Ce que Orwell craignait, c'était ceux qui banniraient les livres. Ce que Huxley craignait, c'était qu'il n'y aurait pas de raison pour bannir un livre parce qu'il n'y aurait personne qui voudrait en lire un. Orwell craignait ceux qui nous priveraient d'information. Huxley craignait ceux qui nous en donneraient tellement que nous serions réduits à la passivité et à l'égoïsme. Orwell craignait que la vérité nous soit

cachée. Huxley craignait que la vérité ne soit noyée dans une mer d'impertinence.
» (Postman, 1985)

Chez tous ces auteurs différents paramètres sont en cause et manifestent autant de facettes de l'ère de l'information dans laquelle on prétend vivre actuellement. L'information en contrôle ou vision d'Orwell, en surabondance ou vision de Huxley, en rareté ou vision populaire, toutes ces visions de l'information amplifiées par le contexte technologique deviennent des sortes de puissances qui s'imposent comme modes de vision du monde. Après la théocratie, la démocratie et les autres formes de visions du monde, on serait en voie d'être sous un mode technocratique où la gérance distribuée et technologisée comme le gouvernement par sondages électroniques et la portée des technocrates plutôt que des politiciens tendraient à s'imposer (Postman, 1992 ; Valovic, 2000). Nos modes de vie deviennent, si on adhère à ces visions où l'information est maître, dépendantes des réseaux d'information et de communication. Dans ce contexte, la formation, les finances personnelles, les promotions sociales, les enjeux dominateurs, la productivité, la compétition, les idées qui circulent, etc. deviennent dépendantes des technologies de l'information et de la communication. Tout s'organise pour les médias, du téléphone au réseau Internet et télévisuel.

Paramètres à surveiller

Entre l'effet de rareté et d'abondance, certains paramètres, positifs ou négatifs, permettraient de dégager une pertinence informationnelle, personnelle et sociale. Mon père racontait que dans sa campagne natale, on qualifiait certaines personnes de « **nez écrasé** ». Elles n'avaient pas d'anomalie anatomique mais en ce temps prétechnologique du début du vingtième siècle, elles avaient si peu d'activité dans leur vie que ces personnes restaient de longues heures le nez écrasé à la fenêtre, prêtes à raconter tout ce qui se passait. Ces personnes manquaient d'information ou d'activité et transformaient tout évènement insignifiant en information de « mémérage », de « conversation de corde à linge ». De nos jours, les variantes technologisées du « nez écrasé » sont nombreuses. Les « couch potatoes » enfoncées dans leur divan, mangeant et regardant distraitement la télévision se remplissent d'une dose d'« excitation cathodique » qui les informe et qui alimente leurs discussions, sinon les endort. Avec les médias, le réel journalier est devenu trop pauvre, le virtuel en interface apporte une dose plus concentrée, plus montée de l'information fabriquée (comme les téléromans), provoquée (comme les attentats du jour à New York et Washington) ou naturelle (comme les feux de forêt). L'interface attire tellement qu'on se gèle littéralement devant les écrans. C'est vrai au bureau comme à la maison. Et comme tout cela n'est pas assez, on ajoute des

écrans au centre de conditionnement, en classe, dans les restaurants, les bars. Le virtuel devient la nouvelle réalité.

On pense parfois sortir de la passivité des médias par l'interactivité qu'autorise l'ordinateur et Internet. Ce serait une illusion plutôt. La métaphore de la porte peut servir. Sur un côté, on lit « **POUSSER** » et sur l'autre « **TIRER** » mais dans les 2 cas on passe. Les grands médias comme la radio et la télévision poussent l'information, on prétend alors que la réception est passive. Avec le téléphone, le livre, Internet, etc. on appelle, on tire l'information, on réagit par l'interaction, on prétend que c'est plus actif. Je pense plutôt que la distinction technologique n'a pas trop d'importance. Il faut apprécier dans chaque cas la qualité de la réception et de l'interaction. L'interaction n'est pas assurance d'apprentissage, comme le multimédia, c'est la pertinence de l'information qui crée l'apprentissage et la communication des esprits, non leur sophistication ou leur simplicité.

Dans le contexte technologique, on a plutôt tendance à trouver des solutions à l'abondance de l'information. Pour la personne, on parle de surcharge cognitive à cause des capacités limitées de la mémoire humaine à court terme et de désorientation quand les documents et les pages informatisées ou pas se présentent à nous. Devant cette avalanche, la gestion prend différentes formes. Si on prépare une thèse, il vaut mieux conserver ce qu'on trouve mais cela veut aussi dire avoir la capacité de retrouver facilement. Sur une lettre, l'adresse est aussi importante que le message pour qu'il y ait réception et véritable information. Internet multiplie l'information et je dois m'en prémunir. Faute de mieux, avec le courriel, l'expéditeur devient le premier critère de lecture. Le français n'a pas de terme aussi rapide que le « **flush** ». On chasse à la corbeille tout ce qui vient d'un inconnu, tout ce qui peut réagir dans l'ordinateur. Le même principe s'applique à la publicité postale, aux téléphones de sondage et de marketing. La capacité humaine est limitée et la pertinence de l'information encore davantage. Il faut se prémunir contre l'abondance de l'information, beaucoup jeter, résister à l'attrait qui cache un piège comme un document envoyé par courriel, par exemple.

Le club et la boutique

Il n'est pas surprenant qu'on offre des programmes de marketing, de publicité, de communication. L'acceptation des biens ou des informations requiert autant de soin que leur conception et leur production. Pour comprendre ce phénomène, on peut recourir au schéma mental d'un magasinage typique. Sur la rue, un passant aperçoit une vitrine. Il devient attiré par la présentation de l'objet qui suscite le désir. Il entre et devient un client. Dans le magasin ou la **boutique**, il a un meilleur contact avec les divers biens, il

reçoit des conseils et fait des demandes au commis, l'information s'échange. Au besoin, le commis va chercher des exemplaires dans l'entrepôt. Si le bien n'est pas disponible, le commis se réfère à l'acheteur qui se réfère à son tour à son fournisseur. Ce schéma de la boutique laisse voir l'appropriation de l'information ou de l'objet, la disponibilité fait la vente ou l'apprentissage. Pour s'en convaincre, il faut écouter ceux qui reviennent de centre d'achats. Ils ont toujours « trouvé » la paire de ceci ou de cela qu'ils ont toujours désirée. Et pourtant, c'était facile de trouver, les magasins sont pleins! Le langage traduit la réalité, je l'ai acheté parce que cela me convient. Voilà une acquisition en bien comme en information.

Un deuxième schéma d'acquisition est en train de s'implanter dans nos milieux. Les très grandes surfaces, les entrepôts, les dépôts, les gros, les **clubs** sont autant de noms pour parler d'abondance de produits accessibles directement au client. Les conseillers ne font que puiser aux mêmes sources que tout le monde, s'ils sont en rupture de stock, il y a peu de chance qu'ils sachent comment satisfaire le client, ils ont beaucoup de biens ou d'informations mais peu de liens avec les sources. Or Internet ressemble beaucoup à ces clubs. On y retrouve beaucoup d'informations sans savoir souvent d'où cela vient, si la source d'approvisionnement est stable. Les « serveurs », pour utiliser le langage de l'informatique, sont hors du contrôle de l'utilisateur. Les objets d'informations appelés sites s'imposent par leur ampleur mais la valeur est restée à la discrétion de l'acheteur ou de l'apprenant. L'abondance ne facilite pas nécessairement le choix. Au mieux, le client doit devenir son propre vendeur compétent.

L'analogie du magasin a son équivalent presque parfait dans le monde de l'information. La bibliothèque possède une collection de livres ou un entrepôt ; la librairie, comme la boutique suggère un certain nombre de titres pour leur nouveauté, leur intérêt du moment ou leur demande. On recherche la vente par opposition à la collection. Mais enfin, c'est le professeur dans son cours qui propose le livre qui convient pour effectuer tel apprentissage. Il s'agit souvent de morceaux choisis, d'extraits, d'exemples appropriés au cours et aux apprenants.

Conclusion

C'est un cliché maintenant que de dire qu'en un siècle, on est passé d'une ère où l'information était rare, réservée aux savants et aux puissants à une ère où toute information se fait disponible sans distinction avec toutes les infiltrations possibles de messages incohérents, nocifs, etc. Nos deux romanciers avaient des craintes opposées qui visaient le même résultat, le contrôle de l'humain. On n'en est pas là mais dans la rareté, il faut chercher et dans l'abondance il faut choisir et les tâches ne s'accomplissent pas de soi. Un espoir cependant. La prochaine génération va s'efforcer de trouver des

modes de gestions de l'information pour adapter la technologie aux talents humains.

Références

Postman, N., 1985, *Amusing ourselves to Death*, New York, Penguin.

Postman, N., 1992, *Technopoly*, New York, Knopf.

Valovic, T. 2000, *Digital Technologies*, New Brunswick, NJ, Rutgers University Press.