

FÉVRIER et MARS 2015 - N°25

Le nécessaire apprentissage d'un nouvel art d'informer et de s'informer par Armand Braun, président de la Société internationale des conseillers de synthèse (SICS)

Le chef d'entreprise lit « Les Echos » et écoute « BFM ». Le fonctionnaire lit « Le Monde » et écoute « France Inter ». Le réflexe naturel est de s'informer auprès de ceux qui partagent notre conception du monde. Mais cela ne suffit pas, explique Armand Braun dans une saisissante comparaison entre l'internaute et le chasseur-cueilleur des temps préhistoriques. L'art de se mettre à l'affût de l'information sensible, de sentir le vent, de suivre des traces...

Nos lointains ancêtres étaient des chasseurs-cueilleurs. Que viennent-ils faire ici alors qu'il s'agit d'information au XXI^{ème} siècle ? Pourquoi cette image archaïque à l'époque des médias, de l'ubiquité, de l'instantanéité ?

C'est que les chasseurs-cueilleurs étaient des maîtres de l'information.

Par nécessité, pour nourrir leurs familles. Mais pas seulement. Il y avait aussi chez eux ce *Drang*, cette pulsion humaine que l'on retrouvera chez les explorateurs, les innovateurs, les entrepreneurs de toutes les époques et de tous les domaines. Sortir du périmètre connu pour aller voir ce qui se passe ailleurs est une expression irrésistible de l'humain, appuyée sur notre capacité, unique parmi les formes du vivant, à concevoir et à réaliser, à force de volonté, de rêve, d'imagination, d'intuition, d'énergie. On sait que les chasseurs-cueilleurs sont aussi devenus des peintres, des architectes, des ingénieurs... Nous connaissons une partie de ce qu'ils ont réalisé, nous en profitons encore (le feu, la roue...)

Pour chasser, ils avaient besoin d'apprendre à s'informer, de s'entraîner en vue de toutes les situations et de savoir courir des risques (ennemis, animaux féroces, nature hostile...). Ils étaient toujours aux aguets et savaient que le plus grand danger était de ne rien faire.

Entre eux et nous, que de différences ! De nos jours, l'information vient à nous à travers toutes sortes de médias. Pourtant, nous avons besoin des mêmes talents.

Nous aussi devons chercher et nous entraîner sans trêve : faire preuve de constance et de patience, être à l'affût, percevoir ce que les autres ne voient pas, discerner, dans le chaos des données, ce qui importe et ce qui est possible.

Nous aimons à affirmer que nous ne pensons qu'à cela. Gérer l'information personnelle est un art que chacun croit posséder. En pratique, l'habitude et le conformisme règnent. L'habitude ? Le chef d'entreprise lit *Les Echos* et écoute *BFM*, le fonctionnaire lit *Le Monde* et écoute *France Inter*, l'étudiant lit *Libération* ou consulte divers sites politiques. Le conformisme ? La plupart s'informent auprès de ceux qui vont dans le sens de ce qu'ils pensaient déjà. Et que dire des points de vue péremptaires qui s'expriment dans les clubs, les organisations professionnelles, les syndicats, les partis... Dans les dîners, on se jette à la figure les arguments ainsi ressassés. L'événementiel des médias et des réseaux sociaux nous abreuve de faits d'actualité et de commentaires à chaud qui nous donnent l'illusion que nous sommes informés et nous ôtent le désir d'aller plus loin ou ailleurs.

Français ballotés au vent du « story telling »

L'information n'intéresse pas tout le monde. Beaucoup la reçoivent en passant car ils n'éprouvent pour elle qu'un appétit de surface. Des dizaines de millions de Français sont ainsi, sans en avoir conscience, ballotés au vent de la pensée correcte, du *story telling* et d'une communication souvent peu éloignée de la propagande. Les jeux vidéo et autres interviennent eux aussi à ce propos : ils constituent un marché mondial, dont font partie 53% des Français ; ils situent l'action dans des mondes parallèles uchroniques et généralement violents. Nous avons donc un immense milieu de *couch potatoes*, récepteurs passifs, consommateurs non discriminants d'information. Des médias souvent florissants leur sont dédiés, ainsi que l'actualité. Faut-il souligner la gravité pour la société et pour la vie démocratique de ce risque - captivité médiatique choisie, possibilité de tsunamis passionnels de tous ordres - qui reste tabou et auquel aucun bon esprit ne s'intéresse à ma connaissance ?

Le monde actuel confronte ceux qui ont réellement le souci de s'informer à des problèmes supplémentaires. L'information qui nous parvient est formatée. Les médias, et plus encore les réseaux, nous donnent accès à des assemblages de rayons d'hypermarchés où l'on trouve des produits bien rangés et calibrés (les mêmes à travers le monde). Ce monde est infiniment complexe et nul n'est capable de l'appréhender vraiment au-delà de son propre domaine d'expertise et de connaissance ; il devient donc très difficile de partager l'information et de se forger des opinions partagées sur le fond.

L'art de lire les traces, de sentir le vent

La quête de l'information pertinente est l'un des problèmes majeurs et non perçus de notre époque. En voici quelques illustrations : dans les affaires publiques, en 1944, Alliés et Allemands ont joué au chat et à la souris à propos du lieu du Débarquement ; dans les affaires privées, les premiers investisseurs dans des PME naissantes dénommées Apple et Google ont été moqués par les gens d'expérience ; en ce moment, nous participons sans le comprendre au déploiement de la net économie et de la méta économie financière, indépendamment de l'économie réelle.

Notre monde est bien plus « giboyeux » que celui des chasseurs-cueilleurs. Il est différent aussi de celui tout récent où nous avons forgé notre expérience. La lame de fond de la société de l'information à faible coût se met en place. Elle ouvre tous les horizons et les referme dans le même mouvement. Nous devons devenir experts dans l'art de lire les traces, de sentir le vent, d'être intellectuellement mobiles, de forger nos convictions, de suivre une piste...

 [Télécharger le PDF de l'article](#)

<< [Retour au sommaire](#)

PRES@JE.COM

Une publication de l'Institut PRES@JE
(Prospective, Recherche et Etudes Sociétales Appliquées à la Justice et à l'Economie)

30 rue Claude Lorrain 75016 Paris

Tél. 01 46 51 12 21 - E-mail : contact@presaje.com - www.presaje.com

Directeur de la publication : Michel Rouger

Pour ne plus recevoir d'e-mails de la part de Presaje, [cliquez ici](#) >> [CONSULTER LES PRECEDENTS NUMEROS](#)