

LE BRUISSEMENT DU MONDE. Spécialisé dans les logiques sociales et les facteurs cognitifs qui déterminent la production et la réception de l'offre culturelle et médiatique, Bertrand Labasse vient de publier *La Valeur des informations* (Presses d'Ottawa).

« L'inquiétante incapacité des élites à préserver le débat fondé sur la raison »

C'est un livre-ogre. Signé du chercheur québécois Bertrand Labasse, l'étude-essai plonge avec érudition interdisciplinaire, agilité, clarté et humour sur une énigme centrale, qui prend une importance stratégique à l'ère numérique : pourquoi ce qui nous plaît nous plaît ? *La Valeur des informations* est ainsi une odyssée intellectuelle explorant le marché océanique des informations et des idées. Parce que la gratuité ne suffit plus, celles-ci ont une valeur particulière, celle de l'attention cornaquée par les algorithmes qui a désormais pris le dessus sur la valeur monétaire ou celle du prestige. Les ressorts des préférences culturelles et médiatiques sont plus que jamais capricieux, même si l'auteur remonte à leur antique mécanisme d'origine. Il décrit, de cas de figure en théories, la surabondance des discours et l'hyperfragmentation des savoirs aboutissant à la dévalorisation des idées. Ce sont là aussi les valeurs brandies en étendard qui remplacent, dans le débat public, la raison et la volonté de comprendre. De cette étude impressionnante, on ressort épuisé, et heureux d'avoir touché du doigt quelques points d'entrée, en empruntant des sentiers buissonniers et des points de vue inattendus et saisissants.

Emmanuel Lemieux

La Valeur des informations. Ressorts et contraintes du marché des idées, Bertrand Labasse, Les Presses de l'Université d'Ottawa (Canada), 420 p., 44,75 €. Paru août 2020.



Bertrand Labasse

Obtenir l'attention des gens semble désormais la primauté de l'influence. Parce que les gens sont convaincus avant même de s'informer ?

B.L. : « L'attention a toujours été une condition de l'influence : il y a 2 000 ans, la *Rhétorique à Hérennius* multipliait déjà les conseils à ce sujet. Mais en effet, les conditions actuelles du débat public en font une ressource plus stratégique que jamais. D'autant qu'elle semble de plus en plus évanescence : relayer ou commenter un message dont on n'a lu que le titre ne coûte pas beaucoup de concentration. Quant à l'« évitement des informations » (*news avoidance*), de plus en plus étudié dans le monde anglo-saxon où il toucherait désormais entre le quart et le tiers de la population, il relève de différents facteurs. Certains sont évidents, comme la mise à l'écart des nouvelles stressantes et la force des convictions partisans, mais une logique sociocognitive plus gén-

rale et plus profonde est aussi en jeu. S'informer sur une question complexe réclame un effort cognitif non négligeable, or celui-ci ne semble pas aussi valorisé socialement que dans le passé. Comme la non-lecture de livres, ou même l'orthographe, l'ignorance de l'actualité est moins stigmatisée qu'auparavant : elle peut même devenir un motif de fierté pour certains.

L'abondance de discours est un vieux problème, démontrez-vous, mais est-ce un faux problème avec sa dilatation Internet considérable ?

Quand un problème n'est pas nouveau dans sa nature, il peut l'être dans son ampleur : c'est souvent la dose qui fait le poison. Même en sachant que la déploration de la surabondance des contenus et de la futilité de la génération suivante est une tradition ancestrale, l'hyperinflation contemporaine est évidemment

SUITE P.7

SUITE DE LA P.6

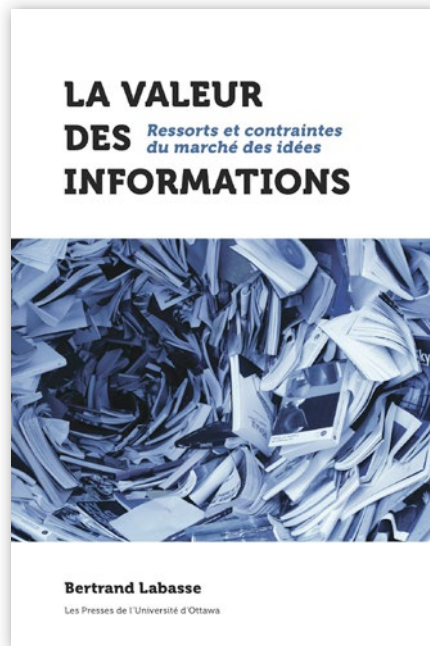
alarmante. En principe, l'accessibilité croissante du champ de l'expression publique ne devrait que réjouir : souvenons-nous qu'il était jadis l'apanage d'une petite classe lettrée au sein d'une population qui ne l'était pas. Dans la réalité – ou ce qu'il en reste – les choses sont manifestement moins roses. Mais l'hyperconcurrence actuelle et les torrents de billevesées qu'elle charrie engendrent beaucoup de confusion. Il n'y a pas un problème mais plusieurs, qui suggèrent des réponses distinctes. Par exemple, la prédation publicitaire des barons d'Internet sur l'écosystème des médias d'information est peut-être plus pernicieuse et, en tout cas, différente, que les excès qu'ils permettent sur les réseaux.

Il n'y a jamais eu autant de « producteurs discursifs » sur la planète, amplifiés par la technique numérique : quels sont les producteurs selon vous qui tirent le mieux leur épingle du jeu ?

Dans le champ de l'information on peut penser qu'ils se situent surtout aux pôles opposés du marché discursif. Le bas de gamme, évidemment, qui offre des contenus distrayants ou des confirmations idéologiques faciles à produire et à consommer. Mais aussi, à l'inverse, les acteurs les plus engagés dans la préservation et même l'amélioration d'une offre de qualité. Pendant que l'on se désole de l'indigence – dans le meilleur des cas – des influenceurs en ligne, on voit aussi le niveau et le mordant d'une bonne partie du journalisme, y compris pour un public assez large, se renforcer malgré les très dures conditions qu'il doit affronter. Et l'on voit fleurir les revues et sites traitant de la vie des idées ou de la culture. Curieusement, ceci ressemble vaguement à ce que les études montraient ces dernières années dans le cas de la restauration : avant la pandémie, les fast food et les restaurants gastronomiques s'en tiraient bien tandis que sombraient les établissements médiocres.

Évidemment, comme toujours avec les généralités, tout ne rentre pas dans un schéma aussi sommaire : il faudrait par exemple évoquer le cas particulier des formats d'information innovants ou

signaler que, dans le domaine de l'édition littéraire, le milieu de gamme ne semble pas se porter si mal. S'il suffisait d'associer un seul facteur et une conséquence directe, il n'y aurait pas besoin de 420 pages pour essayer de les démêler. On attribue beaucoup d'effets à Internet, mais la désaffection envers les journaux routiniers ne l'a pas attendu. Et dans le champ politique, les marchands d'idées



au rabais ne l'ont pas attendu non plus. **Avec la présidentielle américaine, on a constaté la puissance de réseaux complotistes. Des psychologues sociaux ou Cass Sustein alertent sur « la divergence des réalités » et l'hyper-doute qu'elle génère en chacun de nous. Le marché des idées est-il voué à se fragmenter toujours plus ?**

Il serait très présomptueux de trop spéculer dans une période de tels bouleversements de notre accès à l'information, mais les éclairages que multiplie la psychologie sociale depuis l'époque de Festinger sont en effet inquiétants. En 1979, par exemple, les phénomènes de polarisation mis en évidence par Lord et Lepper auraient mérité de susciter bien plus d'attention de la part de l'intelligentsia. Quant à la fragmentation de l'espace public face à l'hyperconcurrence des messages, elle battait déjà son plein

quand je lui ai consacré un livre il y a une vingtaine d'années. Pour autant, il est fort possible que ce qui semble tendre vers un Mad Max culturel et politique aboutisse à un nouvel équilibre de la vie publique, différent sans doute, plus labile certainement, mais pas forcément apocalyptique. Là encore, la véhémence des réseaux sociaux et des activistes masque des constantes bien plus profondes : on oublie facilement que Georges W. Bush a conquis le pouvoir sans Facebook ni Twitter.

Ce qui paraît inquiétant, c'est l'incapacité actuelle des élites discursives à préserver un débat fondé sur la raison et leur tendance à trop compter sur l'affirmation de valeurs. C'est parfois nécessaire mais cela revient à accepter le terrain subjectif de ceux qui les récuse : opposer les valeurs du haut aux valeurs du bas est non seulement condescendant mais aussi assez vain aujourd'hui, comme l'ont montré diverses recherches. Les nouvelles conditions du débat public réclameront de ceux qui souhaitent le sauvegarder une compréhension moins superficielle des logiques qui le déterminent. Mais aussi plus d'efforts, car une argumentation digne de ce nom est beaucoup plus délicate à faire entendre qu'un jugement de valeur ou un argument d'autorité.

Vous avez dû conclure le livre malgré vous, écrivez-vous – et à notre avis un peu sèchement : la pandémie ne mériterait-elle pas une postface avec son insécurité discursive ? Que vous a-t-elle appris ou confirmé ?

Quand je l'ai enfin terminé, ce travail s'est révélé si lourd que je n'avais plus assez d'énergie pour écrire une carte postale, d'autant que la pandémie en question a beaucoup compliqué son édition. A-t-elle vraiment apporté des indications foncièrement nouvelles sur les logiques fondamentales qui gouvernent la sphère du débat public ? Ayant eu dans le passé l'occasion de m'intéresser à plusieurs controverses sanitaires, notamment la polémique sur le vaccin contre l'hépatite B, je n'en suis pas persuadé : les mêmes rouages cognitifs et sociaux sont en jeu, ils grincent simplement plus fort. »

