

D'où vient notre besoin compulsif de consulter nos e-mails? De saisir un journal abandonné dans le train? De voir de nouveaux films? Qu'est-ce qui fait que beaucoup d'entre nous sont des «infovores»? J'ai trouvé cet été quelques réponses dans un intéressant article du «Los Angeles Times».



Pourquoi nous sommes drogués de l'info

► Y a-t-il une explication biologique à notre fringale d'informations? Irving Biedermann en est persuadé. Ce professeur à l'Université de Californie du Sud observe par exemple que notre œil effectue pas moins de trois fixations par seconde sur le monde environnant «et pas au hasard». Notre regard est attiré par des éléments susceptibles de nous dire quelque chose (affiches, pictogrammes, fenêtres, panoramas, rues animées). Prisonniers d'une conversation banale à une réception, sans information nouvelle à assimiler, nous éprouvons un sentiment d'ennui très désagréable. A l'inverse, nous avons tous ressenti le bonheur de conversations poursuivies tard dans la nuit ou l'extase devant un panorama grandiose (en photo: l'ouverture du film «Lumière silencieuse», de Carlos Reygadas). Pour creuser le phénomène, Biedermann et ses étudiants ont passé le cerveau au scanner. Ils se sont intéressés aux récepteurs opioïdes, des neurotransmetteurs qui véhiculent un sentiment de plaisir (ce sont les mêmes qui agissent lors de la prise d'héroïne ou de morphine). Biedermann a constaté que ces récepteurs opioïdes sont rares dans les zones du cerveau qui reçoivent directement les informations visuelles ou auditives. En revanche, ils abondent dans les zones dites «associatives», où l'information reçue enclenche la mémoire et réveille la connaissance acquise. D'où sa conclusion: plus une information titille notre faculté d'inter-

prétation de ce que nous percevons, plus la giclette opioïde est forte. Voilà pourquoi nous ne sommes pas égaux devant les films que nous voyons: certains les trouveront décevants ou ennuyeux parce qu'ils ne réveillent rien de leur expérience personnelle, alors que d'autres les trouveront jouissifs! Regarder quelque chose qui mène à une interprétation inédite engendre une intense activité associative. Nous sommes excités par ce qui apporte une dimension nouvelle à ce que nous avons déjà appris. «Nous cherchons à combler nos désirs opioïdes, poursuit Biedermann. Nous supportons la file d'attente au cinéma dans l'attente du plaisir à venir. Nous payons davantage pour une chambre avec vue ou pour une tasse de café à une terrasse parisienne.» Reste à expliquer un paradoxe: si nous éprouvons davantage de plaisir à faire le lien avec ce que nous connaissons déjà, pourquoi recherchons-nous à ce point le neuf et l'inédit? Biedermann soutient que la première fois que notre cerveau perçoit une situation, un film ou un passage littéraire, quelques neurones sont fortement activés, alors que la majorité le sont moyennement ou faiblement. Les neurones fortement activés inhibent les faibles, de sorte qu'il y a une forte réduction d'activité et moins de plaisir quand le cerveau est exposé à la même information.

Voilà pourquoi les porteurs de BlackBerry sont à ce point rivés à leur prothèse, conclut le professeur. Parce qu'on ne sait jamais ce qu'il va livrer d'une seconde à l'autre: une information d'actualité de dernière minute, une rumeur, un e-mail d'une petite amie perdue de vue depuis longtemps... A chaque fois, une petite giclette opioïde... ●

Le logiciel libre et le mammoth

Le Web offre une foule de ressources en accès libre aux enseignants. Mais comment allier gratuité et qualité? Ce sera le thème du Swiss Forum for Educational Media, qui se tiendra à Berne les 20 et 21 novembre prochains. Emailé par des conférences d'experts, le séminaire est articulé autour d'une dizaine d'ateliers, dont deux en langue française. Le premier s'intéressera aux applications pédagogiques des logiciels libres, sur la base des expériences menées par la Service Ecoles-Médias du DIP genevois. Le second présentera la manière de se constituer un portail d'information personnalisé au moyen de l'outil Netvibes. Le journaliste de la RSR Alain Maillard («Médialogues») évoquera sa propre méthode de sélection de l'info. Renseignements et inscriptions: www.educationalmedia.ch