



Illustration Cdl d'après photo Ericson Moredo

CHRONIQUE

## Critique de la facilité

*Ça ne fait plus aucun doute : la force sombre derrière la polarisation, la crise de la presse, le populisme et un tas d'autres horreurs est maintenant identifiée. L'ennui, c'est que c'est une vieille amie. Par **Bertrand Labasse***

L'espoir d'un cosmos convivial appartient au passé, ce sont les physiciens qui le clament. Non seulement les galaxies divergent, mais leur séparation s'accélère sans cesse. Derrière cette discorde se niche-rait une sinistre force répulsive, l'« énergie noire », dont on sait si peu qu'on se demanderait presque si les spécialistes ne l'ont pas inventée pour avoir au moins quelque chose à répondre.

En tout cas, dans l'univers comme dans nos sociétés, l'heure n'est pas au rapprochement fraternel. Le village global attendra. La grande différence c'est que dans le cas des humains la force qui alimente leurs dissensions est de mieux en mieux identifiée au fil des recherches. Ce qui n'est pas si mal, si l'on considère que la totalité de leurs budgets cumulés ne

financerait probablement qu'un ou deux mètres d'accélérateur de particules ou peut-être un petit bout du panneau solaire d'une sonde spatiale<sup>1</sup>. Évidemment, pour ce prix on ne peut pas s'attendre à une théorie générale unifiée. Rien de figolé, mais tout de même assez d'éléments concordants pour désigner clairement la coupable. C'est ici que ça devient

<sup>1</sup> Soyons francs : c'est une estimation assez approximative puisque les organismes subventionnaires ne facilitent pas les comparaisons trop précises entre les disciplines. Disons que c'est l'impression plausible que ça donne en remarquant par exemple que le devis du nouveau projet du CERN, dont la nécessité reste débattue, correspondrait approximativement au financement moyen de plus... d'un demi-million de projets de recherche en sciences sociales. Quant au prix catalogue d'un mètre de panneau pour sonde spatiale, je n'en ai aucune idée.

embarrassant, parce que c'est une vieille amie à moi : la paresse, tout bêtement.

Aïe ! On ne gagne pas de concours de popularité en célébrant les vertus du travail dans le style de Pétain. De plus malins, comme Lafargue, Pansaers ou Marsan<sup>2</sup>, ont opté pour une cause moins déplaisante. D'autant que je ne suis pas très crédible dans ce rôle : outre mon peu d'enthousiasme pour les exhortations productivistes des marchés financiers, je suis aussi bon qu'un autre pour fuir le moindre effort. Pour tout dire, la simple idée d'insérer une carte de crédit et de taper mon code suffit à m'épuiser depuis qu'on peut se contenter de la poser<sup>3</sup>.

*Nous avons un problème avec l'effort, un gros, à peu près toutes les tendances civiques et culturelles en témoignent.*

N'empêche... Nous avons un problème avec l'effort. Un gros. À peu près toutes les tendances civiques et culturelles en témoignent. Y compris les études qui révèlent une simplification croissante de la musique pop (paroles, mélodies...), comme si elle n'était pas assez simple au départ, ou les gémissements de la critique littéraire détrônée par la célébration naïve de romances sur TikTok. Mais évidemment, ces évolutions ne sont pas si terribles que ça comparées à celle des idéologies, qui semblent elles aussi tendre à une simplification radicale. À tous les sens du mot. Le pire, c'est que ce n'est même pas de notre faute, et seulement un peu celle des médias d'information qui en sont aussi les victimes.

<sup>2</sup> Respectivement auteurs du *Droit à la paresse* (1880), de *L'Apologie de la paresse* (1921) et d'*Éloge de la paresse* (1926).

<sup>3</sup> J'avais tout de même rejeté cette louche facilité pendant, disons, un bon mois, mais tant de fermeté morale ne suffira probablement pas à me faire passer pour Caton l'ancien.

## L'avarice cognitive au pouvoir

Versons ici une larme sur le sort du malheureux Guglielmo Ferrero, à qui advint une chose horrible pour un intellectuel : donner naissance à une théorie si célèbre qu'elle est entrée dans le langage commun sans que quiconque en connaisse l'auteur, ni même le contenu.

On doit en effet à Guglielmo Ferrero, connu – ou plutôt inconnu – en français sous le nom de Guillaume Ferrero, un principe formulé en 1894<sup>4</sup> auquel on n'arrête pas de se référer depuis. Y compris jadis ma grand-mère pour évoquer ma réticence à ranger mes jouets ou faire quoi que ce soit d'utile à la maisonnée : la *loi du moindre effort*. Son invocation familiale m'aurait suffi à en détester l'auteur, mais évidemment je ne savais rien de lui. Ni de sa loi, dont je comprenais simplement qu'elle me désignait comme un feignant, ce que je savais déjà et mes professeurs aussi.

En réalité, sa théorie du moindre effort était essentiellement une tentative d'expliquer l'évolution des civilisations, de leur organisation, de leurs lois, d'un peu tout, par un axiome immémorial : les humains ne se font pas suer pour rien (les animaux encore moins, mais là ça ne dérange personne). À l'échelle des sociétés, son hypothèse était plutôt originale, voire audacieuse, mais à celle des individus il ne prétendait pas avoir découvert quoi que ce soit, au contraire. Que nous soyons gouvernés par ce que des psychologues comme Fiske et Taylor appellent de nos jours l'*avarice cognitive (cognitive miser)* n'a jamais fait le moindre doute. Et sûrement pas pour Jacques Douël, l'un des très rares directeurs de quotidien francophone à s'être intéressé de façon sérieuse aux études lecteurs et peut-être le seul à avoir tenté de synthétiser leurs enseignements :

Cette convergence confirme sans équivoque que la lecture obéit non seulement à la tendance la plus rigoureusement égocentrique, mais encore, comme tout échange entre l'individu et son milieu, à la loi universelle du moindre effort. Cette loi est telle qu'elle conduit le lecteur à refuser de payer

<sup>4</sup> Guillaume Ferrero, « L'inertie mentale et la loi du moindre effort », *Revue philosophique de la France et de l'étranger* n° 37, 1894, p. 169-182.

son information de plus d'effort perceptif qu'elle ne lui promet de profit. Cependant, la lecture, étant la forme la plus élaborée de notre quête perpétuelle d'information, est aussi probablement celle qui consomme la plus grande énergie neurocérébrale. Il n'est donc pas étonnant qu'elle nous inspire le souci le plus minutieux d'auto-économie et que, dans cette perspective, elle soit à tout instant précédée d'une comparaison prévisionnelle de son coût et de son profit<sup>5</sup>.

Ses observations remontent aux années 1960 à 1980 : ça les rend d'autant plus fascinantes que la lecture de presse était déjà en chute libre à l'époque mais qu'on ne pouvait pas encore le reprocher (paresseusement) à internet. De fait, ce qu'on a appris depuis lors des processus cognitifs n'augure rien de bon pour l'avenir de l'écrit.

Comme Douël le suspectait empiriquement, et comme les étudiants semblent le percevoir instinctivement, il est beaucoup plus éprouvant de lire quoi que ce soit que de regarder une vidéo. Ceci parce que la compréhension de l'écrit oblige non seulement à déchiffrer les caractères mais aussi et surtout à construire un modèle mental figurant l'état du monde décrit dans le texte (que seul ose prétendre le contraire celui qui n'aurait jamais sauté une description de roman pour s'épargner l'effort de construire le modèle mental correspondant). En revanche, une vidéo ne réclame rien de tel puisqu'elle représente directement ce qu'elle évoque. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle tant d'expériences ont démontré qu'on retient beaucoup moins bien ce qu'on visionne que ce qu'on lit : on n'a rien sans rien. C'est aussi pourquoi la lecture de loisir poursuit sa glissade vertigineuse (-15 % en un an chez les ados britanniques selon la plus récente statistique en date, mais ça ne va pas tellement mieux ailleurs).

Tenaillé par cet amer constat, mais fort dépourvu de bases théoriques pour l'interpréter, Douël en conclut plus ou moins que le

salut, en tout cas pour la presse quotidienne régionale, se trouvait dans le raccourcissement et la simplification radicale des textes. C'était hélas (ou heureusement) faux : le simple fait que des cabinets de consultants ressassent le même genre de conseils aurait dû suffire à s'en méfier.

D'accord, publier des phrases indigestes et des articles fastidieux n'est pas une très bonne idée. J'avais à une époque eu pour tâche de mesurer ça de façon très précise à la demande de plusieurs journaux : il s'avéra que leur charge lexicosyntaxique, le « poids » de leur écriture si on veut, les situait en moyenne entre Chateaubriand et Flaubert, les plus pesants se rapprochant de Durkheim. Des auteurs très recommandables, certes, mais peut-être pas les modèles à suivre pour rivaliser avec les contenus de YouTube.

Éviter d'assommer ses lecteurs à coups de stylo serait donc assez judicieux si on souhaite en garder, d'autant que leur épargner des efforts cognitifs injustifiés ne demande qu'un peu d'attention et un second stylo (rouge). Et que – contrairement à ce que j'ai lu avec horreur dans des manuels – ça n'implique en rien d'opter pour des phrases squelettiques et un vocabulaire indigent. Encore

*Éviter d'assommer  
ses lecteurs à coups  
de stylo serait donc  
assez judicieux si on  
souhaite en garder.*

moins de renoncer aux articles longs ! Quoi qu'il en soit, ce remède superficiel n'est pas à lui seul la voie du salut : si l'effort de lecture suffisait à expliquer que tant de citoyens se détournent des journaux, ils n'auraient qu'à allumer leur téléviseur au bon moment pour se tenir vaguement informés des affaires du monde. Là encore, les statistiques sont cruelles...

### **Câblés pour se tromper ?**

On mesure mal à quel point la propension à la flemme est implantée en nous. Pas seulement en moi, j'insiste. Pour établir la chose, voyons ça de plus près.

Disons que la diffusion d'une campagne publicitaire sur des sites de presse et sur Facebook coûte 13 000 dollars. Voyant que

<sup>5</sup> Jacques Douël, *Le Journal tel qu'il est lu*, CFPJ, 1987, p. 38.

le volet presse coûte 10 000 \$ de plus que le volet Facebook (parce que c'est bien mieux), les publicitaires décident de le sabrer et de se contenter du second (parce qu'ils sont comme ça). Combien paieront-ils alors ?

Facile, non ? Alors celle-là : une fausse nouvelle se répand si vite que le nombre d'internautes à l'avoir regardée double tous les jours, au point qu'au bout de trente jours tous les internautes de la planète l'ont vue. Combien de temps lui avait-il fallu pour être lue par la moitié des internautes ?

*L'ennui, c'est que nous ne sommes pas tellement faits pour soupeser les choses et que la complexité des sociétés humaines s'est développée beaucoup plus vite que leur cerveau.*

Si par hasard vous aviez pensé 3000 \$ ou 15 jours, vous vous seriez trompé<sup>6</sup> : comme presque tout le monde, vous auriez échoué à deux des questions d'un test psychologique standard, le *Cognitive Reflection Test* ou CRT. Bon, ici il est un peu adapté au contexte (les questions originales s'intéressaient plutôt au prix des articles de sport et à l'envahissement des plantes aquatiques), mais c'est le même raisonnement. Ou plutôt la même absence de raisonnement, car ce test ne mesure pas le moins du monde les capacités intellectuelles, seulement la propension à s'en servir.

Deux minutes de réflexion suffisent pour arriver aux bonnes réponses, mais elles coûtent un effort cognitif dont on se passe autant que possible dans la vie courante. Ce n'est pas

<sup>6</sup> Si la campagne Facebook coûtait 3000 \$, l'autre devrait se vendre 13 000 \$ pour coûter 10 000 \$ de plus que la première, soit 16 000 \$ au total (vous ne pouvez pas dépasser les budgets comme ça : ce n'est pas un marché de travaux publics !) Bien entendu, les coûts réels de la publicité en ligne ne se calculent pas si facilement, puisqu'ils dépendent des clics et d'un tas d'autres facteurs, mais peu importe.

anodin : des travaux ont notamment établi une corrélation entre le CRT et la tendance à croire mais aussi à relayer des fausses nouvelles sur les réseaux sociaux. Le titre de l'un d'eux les résume bien : « *Paresseux plutôt que partial : la sensibilité aux fausses nouvelles partisans s'explique mieux par un manque de raisonnement que par un raisonnement orienté*<sup>7</sup> ». Quand les gens prennent le temps de soupeser un bobard, ils s'avisent en général de sa duplicité et s'abstiennent de l'épauler. En général.

L'ennui, c'est que nous ne sommes pas tellement faits pour soupeser les choses et que la complexité des sociétés humaines s'est développée beaucoup plus vite que leur cerveau. En fait, les hominidés se sont bel et bien dotés au fil du temps d'une impressionnante capacité à raisonner, mais en l'accompagnant d'une capacité à ne pas raisonner également époustouflante. C'est ce qu'on appelle le double mode de pensée (*dual process*), théorisé notamment par William James au XIX<sup>e</sup> siècle et plus récemment popularisé et approfondi par Daniel Kahneman et divers collègues. Ce modèle de référence est très connu aujourd'hui – surtout depuis que Kahneman a reçu un prix Nobel<sup>8</sup> – mais on peut tout de même le rappeler à toutes fins utiles.

Notre intellect semble<sup>9</sup> reposer non pas sur un mais sur deux systèmes cognitifs très différents, l'un rapide, instinctif et passablement simplet, l'autre bien plus malin mais lent et énergiquement coûteux. Si fatigant que l'on évite dans toute la mesure du possible d'y recourir. C'est l'équivalent mental d'un abonnement à un club de gym ou d'une édition complète de Hegel : on est peut-être content

<sup>7</sup> Gordon Pennycook et David G. Rand, « Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning », *Cognition*, vol. 188, 2019, p. 39-50.

<sup>8</sup> Rappelons que pour les puristes, le « Prix Nobel d'Économie » réclamerait des guillemets car il n'a pas été créé par Alfred Nobel.

<sup>9</sup> Comme toujours en sciences, la théorie du système double n'est pas parfaite : pour bien faire, il faudrait en mentionner quelques limites et incertitudes, mais ce serait trop fatigant. Disons qu'elle marche globalement assez bien.

de l'avoir, mais on ne peut pas dire qu'on s'en serve souvent. Le premier système gouverne sans effort l'essentiel de notre vie. Il prépare notre petit déjeuner, nous emmène au boulot et nous ramène le soir, le tout en mode plus ou moins automatique. Mais il fait bien plus que ça. La plupart du temps, il « pense » à notre place. Sauf qu'en fait, lui, c'est nous :

Quand nous pensons à nous-mêmes, nous nous identifions au Système 2, le soi conscient, qui raisonne, qui a des convictions, fait des choix et décide que penser et que faire. Bien que le Système 2 croie être au cœur de l'action, c'est le Système automatique qui est le héros [...]. Il fournit les impressions qui se transforment souvent en convictions, et est la source des impulsions qui, souvent, deviennent vos choix et vos actes. Il offre une interprétation tacite de ce qui vous arrive et de ce qui se passe autour de vous [...]. Il est la source de vos jugements intuitifs, rapides et souvent précis. Et il fait presque tout cela sans que vous soyez activement conscient de ces agissements<sup>10</sup> [...]

Le pauvre Guillaume Ferrero l'avait d'ailleurs noté bien avant, mais pour diverses raisons – de date notamment<sup>11</sup> – ça ne lui a pas valu de prix Nobel :

L'homme en somme cherche à s'épargner le plus qu'il peut ce douloureux effort mental qui s'appelle attention. En effet un petit nombre seulement de ses idées est l'effet de la réflexion volontaire et de l'attention concentrée ; toutes les autres sont le produit d'associations qui se sont établies inconsciemment peu à peu dans notre cerveau [...]

<sup>10</sup> Daniel Kahneman, *Système 1 / Système 2 : Les deux vitesses de la pensée*, Flammarion, 2012, s.p.

<sup>11</sup> Peut-être aussi parce que Pascal (pour ne mentionner que lui...) l'avait remarqué encore bien plus tôt : « *Car il ne faut pas se méconnaître, nous sommes automate autant qu'esprit. [...] La coutume fait nos preuves les plus fortes et les plus crues : elle incline l'automate qui entraîne l'esprit sans qu'il y pense.* » (*Pensées*, 1669, p. 273)

Vivre en somnambules ne serait pas bien grave si notre capacité à raisonner était prête à intervenir au moindre besoin comme Superman enfiler son survêtement. Mais elle préfère généralement dormir et lorsqu'elle doit se réveiller elle est souvent de mauvais poil, pressée de se recoucher au plus vite : on y pensera une autre fois.

### Quand la démocratie fatigue

Comme pour toute autre chose, il faut se méfier des généralités sur l'effort. Il existe bel et bien des êtres humains qui préfèrent les escaliers aux ascenseurs : j'en ai même aperçu sur mon campus. Certains s'adonnent à des sports exténuants. D'autres suivent avec attention l'actualité pour en soupeser attentivement les tenants et aboutissants. Des pervers peuvent même éprouver un louche plaisir à lire Joyce ou Derrida. Mais ces âmes d'élite ne contredisent pas la règle

commune<sup>12</sup> et encore moins son accentuation contemporaine (y compris cette baisse des pratiques sportives dont on s'alarme un peu partout).

La concurrence des écrans, nous dit-on, en est la cause. Mais elle pourrait aussi en être la conséquence puisque, justement, leur succès repose largement sur le peu d'effort que réclament la plupart des contenus. Or, ce rejet de l'effort contribue largement à expliquer non seulement le désintérêt croissant pour l'actualité, mais aussi la dégradation du débat public et le succès des tribuns populistes un peu partout dans le monde.

Nous avons pourtant été prévenus dès 1784 par un texte fondateur du mouvement des Lumières :

Paresse et lâcheté sont les causes qui font qu'un si grand nombre d'hommes [...] restent cependant volontiers toute leur vie

<sup>12</sup> Pour s'en tenir à l'explication la plus courte (bien que ça ne soit pas la meilleure) elles ne dépendent d'effort que dans leurs domaines de prédilection mais ne diffèrent pas du lot commun dans les autres.

dans un état de tutelle ; et qui font qu'il est si facile à d'autres de se poser comme leurs tuteurs. Il est si commode d'être sous tutelle. Si j'ai un livre qui a de l'entendement à ma place, un directeur de conscience qui a de la conscience à ma place, un médecin qui juge à ma place de mon régime alimentaire, etc., je n'ai alors pas moi-même à fournir d'efforts<sup>13</sup>.

Ainsi s'expliquerait l'un des phénomènes les plus curieux qui soient : la tendance d'une bonne partie des classes populaires à soutenir de tout cœur des options politiques qui leur sont défavorables. Sans même évoquer les mesures qui les frapperont directement, comme le démantèlement de la protection

### *L'étiquette partisane suffisait largement à se faire une opinion : pourquoi se fatiguer plus ?*

sociale et l'affaiblissement de la redistribution fiscale, l'histoire économique montre que les solutions des marchands de croyances ne marchent jamais. Jamais. Manuel Funke et ses collègues ont quand même tenu à le vérifier en examinant sur plus d'un siècle le bilan d'une cinquantaine de leaders démagogues de droite et de gauche. Il est désastreux : « *le coût économique du populisme est élevé [...] La désintégration économique, la diminution de la stabilité macroéconomique et l'érosion des institutions vont généralement de pair avec un régime populiste*<sup>14</sup>. »

Quand les choses vont mal en moyenne, on peut être sûr qu'elles iront surtout mal pour les pauvres. Mais les croyances sont typiquement des produits du système cognitif rapide. On les acquiert sans effort, par imprégnation, et elles se renforcent presque toutes seules parce qu'il est beaucoup plus facile de les durcir que d'en changer.

<sup>13</sup> Emmanuel Kant, *Qu'est-ce que les Lumières ?*, Garnier Flammarion, 1991[1784], p. 43-44.

<sup>14</sup> Manuel Funke, Moritz Schularick et Christoph Trebesch, « Populist leaders and the economy », *American Economic Review*, 2023, vol. 113, n° 12, p. 3249-3288.

C'est que les convictions idéologiques simplifient beaucoup la vie. En tout cas à court terme. Un chercheur s'est par exemple amusé à soumettre à des participants progressistes et conservateurs deux projets de loi totalement opposés, l'un socialement très généreux, l'autre assez dur, en les attribuant alternativement aux partis républicain et démocrate. On devine le résultat : « *Une fois que la politique sociale a été définie comme libérale ou conservatrice, l'impact persuasif de son contenu objectif a été réduit à zéro*<sup>15</sup>. » L'étiquette partisane suffisait largement à se faire une opinion : pourquoi se fatiguer plus ? Les conservateurs ont donc vigoureusement approuvé la version dépensière et les libéraux la version mesquine. Pourtant, on ne leur demandait pas de lire des projets de loi complets, seulement de faux articles de presse qui les présentaient sous une forme neutre très accessible. Mais c'était encore trop pour y prêter attention.

Ainsi s'expliquent l'inconséquence étonnante des convictions exaltées, et généralement leur incohérence interne : que l'on adule la prospérité économique ou l'émancipation et les droits humains, on en arrive vite à soutenir des causes ou des partis qui, à terme, livreront l'inverse. Ce n'est pas une question d'intelligence, sans quoi les universitaires, censés être bons dans ce domaine, seraient relativement épargnés par l'embrigadement moral. C'est surtout que douter méthodiquement fatigue (sans compter que nager à contre-facilité peut vous fâcher avec vos amis, ce qui est fatigant aussi).

### **L'information dans l'économie de la paresse**

Notre flemme endurcie ne favorise pas que les marchands de certitudes. Elle est aussi une marchandise extrêmement rentable pour ceux qui savent l'exploiter. Une essayiste avait eu l'astuce de qualifier l'économie numérique de « *capitalisme de surveillance* » : ça sonnait bien, ça sentait la police secrète et ça permettrait donc de vendre beaucoup de livres, mais

<sup>15</sup> Geoffrey L. Cohen, « Party over policy: The dominating impact of group influence on political beliefs », *Journal of Personality and Social Psychology*, 2003, vol. 85, n° 5, p. 808-822.

c'était fort mal résumé. En réalité, les barons du NASDAQ ne se soucient guère de « surveiller » les individus : la technologie le permet aisément, comme le montre si bien la Chine, seulement voilà, à part quelques officines louches, on ne gagne pas d'argent avec ça. Tout au plus essayent-ils de prédire nos désirs d'achats, mais il suffit de vouloir acheter un marteau sur Amazon et de se voir proposer une cocotte-minute et une paire de chaussettes pour concevoir des doutes sur l'efficacité prédictive des algorithmes. Non seulement de celui-ci, mais aussi de celui qui proposera ensuite une garantie contre la fragilité proverbiale des marteaux et surtout de ceux qui, bien après l'emplette, s'acharneront à afficher d'autres marteaux sur les pages des sites les plus variés, sans doute au cas où quelqu'un commencerait une collection.

Non, la vraie tendance économique de fond, celle qui rapporte, c'est le *capitalisme de la paresse*. Amazon, justement, vit de ça en m'épargnant un peu trop souvent le temps et l'énergie de sortir acheter quelque chose (à ma grande honte, mais l'incohérence morale n'est pas réservée aux militants). Elle en vit aussi en convainquant des néophiles béats de déléguer à Alexa, son « assistant » numérique, des tâches aussi épuisantes qu'allumer une lampe ou baisser le chauffage. Sans compter les services de livraison de repas et bien d'autres entreprises qui ont su flairer l'eldorado.

Le capitalisme de la paresse, en revanche, ce n'est pas la terre promise pour les médias d'information. Beaucoup se sont au contraire avisés qu'ils étaient confrontés à ce qu'on appelle aujourd'hui la « *fatigue informationnelle* » (*information fatigue*). Ignacio Ramonet soulignait déjà il y a 30 ans que « *S'informer fatigue* » : il revendiquait par contraste la



La Paresse, par Félix Vallotton, 1896 (Gallica-bnf)

*La vraie tendance économique de fond, celle qui rapporte, c'est le capitalisme de la paresse.*

consistance des articles de fond du *Monde Diplomatique*, mais son lectorat n'était pas exactement le grand public. Un sondage réalisé en 2022 pour la Fondation Jean-Jaurès et divers partenaires dont la chaîne Arte rapporte ainsi que 53 % des répondants se déclarent affectés par la fatigue de s'informer, que ce soit beaucoup (38 %) ou un peu (15 %). Compte tenu du biais d'autovalorisation en pareille matière, les chiffres réels sont sûrement plus élevés...

Le capitalisme de la paresse, c'est plutôt le terrain de jeu de tous les fournisseurs de flux musicaux et vidéo qui prospèrent en automatisant la sélection des contenus consommés en ligne<sup>16</sup>. Évidemment, ça ne date pas plus d'hier que la flemme elle-même : par définition, la radio et la télévision étaient autant qu'eux, et même plus, fondées sur le modèle du flux. Mais son hégémonie s'est renforcée à tel point que la centaine d'albums sélectionnés à la main que contient mon téléphone (résolument privé de Spotify) suscite aujourd'hui la perplexité attendrie des nouvelles générations.

<sup>16</sup> D'où plausiblement l'incompréhensible taux d'écoute d'Ed Sheeran...

C'en est au point que le progrès de la flemmarise préoccupe maintenant des fournisseurs de contenus comme Netflix. Leur algorithme s'efforçait pourtant de présélectionner ce que nous *voulons* découvrir, mais c'est encore trop. Terrassée par ce qu'on appelle la « *fatigue décisionnelle* » (ou *decision fatigue* en v.o. ; la prolifération des locutions à partir du mot fatigue, par exemple « *compassion fatigue* », est épuisante en soi), une bonne partie des abonnés se borne à revisionner en boucle des séries qu'elle connaît par cœur comme Friends ou les Simpsons : l'idée d'explorer éreinte, la perspective d'inscrire dans son paysage mental un contexte et des personnages inconnus décourage. Netflix compte y répondre avec un nouveau choix dont la nonchalance a tout pour séduire : « *Play something* ». Si ça marche, les restaurants remplaceront peut-être leurs menus fastidieux – ou même angoissants, si j'en crois le visage d'une proche – par une simple commande « *Donne-moi à manger* ». Bon appétit.

En somme, le danger semble moins résider dans la « surveillance » des consciences que dans le délaissement extatique de l'effort de choisir puis, progressivement, dans celui du droit de choisir.

*Pendant qu'Apple affectait de combattre le spectre orwellien de 1984, une toute autre forme de dystopie gagnait du terrain.*

Dans l'univers numérique, plus encore qu'en politique, il y a dans tout libérateur un dictateur qui sommeille. Nul ne l'a mieux illustré qu'Apple dont la célèbre pub de lancement du Mac promettait de briser les chaînes de l'informatique traditionnelle, figurée par un Big Brother explicitement inspiré d'Orwell. J'y ai vraiment cru à l'époque<sup>17</sup>. Après quoi la

<sup>17</sup> Cette secte-là, j'en ai même été un adepte fervent dans ma jeunesse, au point d'arborer un autocollant Apple sur ma petite voiture. Et pour

firme a entrepris de bâtir l'univers informatique le plus concentrationnaire qui soit, en limitant la compatibilité de ses produits, en contrôlant leur accès aux logiciels externes et en éliminant – comme tous ses concurrents<sup>18</sup> mais encore mieux – les options qui permettaient aux utilisateurs de régler les applications selon leurs préférences. Le fait que les préférences de la plupart d'entre eux (aimablement appelés « ISheeps » par les derniers résistants) semblent justement être de n'avoir à s'occuper de rien s'accorde à merveille au principe de base des développeurs : « *nous savons ce qui est bon pour vous* ». En général ils n'en ont pas la moindre idée, en tout cas en ce qui me concerne. J'ai souvent une pensée pour eux, par exemple le vif espoir qu'une place spéciale est réservée en enfer au blanc-bec de Microsoft qui a décidé que *je voulais* que mes paragraphes se transforment pour un oui ou pour un non en listes à puces. Et ce n'est pas le pire de la bande.

Quant à Google, parti du beau principe « *Don't be evil* » (discrètement retiré de sa charte interne en 2018 : tout le monde peut changer d'avis...), il a au fil du temps désactivé une bonne partie des opérateurs avancés qui permettaient de formuler des recherches précises. De toute façon, les gens ne s'en servaient pas. La plupart d'entre eux – 91,5 % selon une étude privée – ne dépassent même pas la première page des résultats. Et même ainsi rechercher quelque chose reste épuisant : avec l'IA générative, la firme promet à l'avenir de s'en charger à notre place (« *let Google do the googling for you* »). Air connu...

Bref, pendant qu'Apple affectait de combattre le spectre orwellien de 1984, une toute autre forme de dystopie gagnait du terrain,

de pas deviner que l'incompatibilité systématique des périphériques standards (même un clavier de remplacement devrait être acheté chez elle) était plutôt mauvais signe pour l'avenir. Quelques décennies plus tard, je suis obligé de hacker moi-même mes ordinateurs pour garder un peu de contrôle sur eux, mais c'est de plus en plus fatigant.

<sup>18</sup> Sauf la vaillante communauté des systèmes et logiciels open source, mais cette poche de résistance n'a jamais fait le poids contre l'indolence des utilisateurs... ni celle des responsables informatiques.



celle imaginée par Aldous Huxley dans *Le Meilleur des mondes*. Comme le soulignait Neil Postman,

Huxley et Orwell ne prophétisaient pas la même chose. Orwell prévenait que nous serions dominés par une oppression imposée de l'extérieur. Mais dans la vision de Huxley, aucun Big Brother n'était nécessaire pour priver les gens de leur autonomie, de leur maturité, de leur histoire. Selon sa perspective, les gens en viendraient à aimer leur oppression, à adorer les technologies qui annulent leurs capacités à penser<sup>19</sup>.

Quand Postman grommelait ça, les réseaux 3G n'existaient pas encore. Ni le wifi. Ni les smartphones, bien sûr, pas même le web. C'était les années 1980, quasiment la préhistoire pour ceux qui sont nés après, mais les mêmes forces étaient à l'œuvre.

### La faute aux médias ?

L'ennui de telles considérations, c'est qu'elles risquent de conforter les élites de la sphère publique, journalistes et politiciens confondus, dans une amertume hautaine : *les gens sont idiots*. Pas du tout ! Non seulement ils ne le sont pas, mais ils le sont aujourd'hui moins que jamais : regardez par exemple l'évolution des niveaux d'étude. Simplement, comme l'ensemble du règne animal, ils ne se font pas suer pour rien, ce qui me semble assez raisonnable<sup>20</sup>. Ou si l'on préfère, ils ne

<sup>19</sup> *Amusing ourselves to death*, Penguin, 1986, p. vii.

<sup>20</sup> Poussant le raisonnement un peu loin à mon goût, tout un courant d'économistes souligne même, à la suite d'Anthony Downs, qu'il est souvent parfaitement rationnel de ne pas s'informer, en particulier en matière politique « *ignorance of politics is not a result of unpatriotic apathy; rather it is a highly rational response to the facts of political life in a large democracy* » (« An economic theory of political action in a democracy », *Journal of Political Economy*, vol. 65, n°2, 1957, p. 135-150). Pour inconfortable qu'elle soit, la théorie dite de l'« *ignorance rationnelle* » était encore trop timide a-t-on souligné par la suite en remarquant qu'elle laisserait aux ignorants 50 % de chances de faire un choix judicieux, au lieu de quoi ils tendent à préférer l'option la plus néfaste. C'est

s'infligent rien qui ne leur semble le justifier par une satisfaction ou une autre. Même les athlètes ou les érudits : ce qu'ils retirent de leurs efforts respectifs est simplement propre à leur vocation... tant qu'ils en obtiennent assez pour les motiver.

C'est ce qu'avait depuis longtemps souligné David Hume dans son traité sur la nature humaine, « *les mouvements de propension ou*

*Le journalisme  
a grandi à une  
époque où il était  
pour la majorité de  
la population ce  
qu'on trouvait de  
plus intéressant pour  
passer le temps.*

*de répulsion de l'esprit* » sont « *les effets les plus immédiats* » du désagrément et du plaisir escomptés<sup>21</sup>. Exactement ce qu'ont révélé à Jacques Douël toutes ses études sur ce lectorat qui « *refuse de payer son information de plus d'effort perceptif qu'elle ne lui promet*

*de profit* ». Mais aussi ce que n'ont cessé de découvrir, chacun dans leur coin, de multiples chercheurs venus d'horizons aussi variés que la communication (Schramm), la psychologie (Berlyne), la pragmatique inférentielle (Sperber et Wilson) ou la muséographie (Bitgood). Et surtout ce qu'explique en détail, conséquences comprises, un ouvrage<sup>22</sup> dont je ne saurais trop recommander la lecture. À tout le monde, mais plus encore à ceux qui éprouveraient quelques doutes devant l'un ou l'autre des raccourcis qui précèdent par la force des choses : toutes les nuances et précisions<sup>23</sup> sont dedans, promis.

ce qui a amené Bryan Caplan a forger un horrible oxymore et un modèle amélioré, la théorie de l'« *irrationalité rationnelle* ». Elle ajoute essentiellement un facteur à la précédente : la satisfaction retirée de l'adhésion à une croyance idéologique ou religieuse (*The myth of the rational voter : Why democracies choose bad policies*, Princeton University Press, 2007.) Elle explique au passage pourquoi les militants et les croyants les plus radicaux sont souvent (mais pas toujours) ceux qui se documentent le moins sur leur cause.

<sup>21</sup> *A Treatise of human nature, being an attempt to introduce the experimental method of reasoning into moral subjects*, 1740.

<sup>22</sup> *La Valeur des informations : ressorts et contraintes du marché des idées*, Presses de l'Université d'Ottawa, 2020.

<sup>23</sup> Dont le fait que la pertinence cognitive, soit le rapport effort/effet n'est pas la seule force à

Bref, « les gens » sont des gens comme nous. S'imaginer autre chose, outre la prétention que ça trahit, conduit tout droit à la faillite commerciale ou politique. Ce ne sont pas les gens qui ont changé. Pas même les jeunes<sup>24</sup>. C'est le contexte. Le journalisme a grandi à une époque où il était pour la majorité de la population ce qu'on trouvait de plus intéressant pour passer le temps. À part regarder un incendie, mais on n'en croise pas tous les jours et de toute façon il serait dans le journal du lendemain.

*Bien des responsables éditoriaux semblent avoir gardé une logique de distributeurs d'information.*

De cette époque bénie, bien des responsables éditoriaux semblent avoir gardé une logique de distributeurs d'information : on remplit les tuyaux avec ce qui vous tombe sous la main en escomptant qu'à l'autre bout (« en bas » ?) le public têtera avidement les nouvelles du jour. Bien sûr, même eux savent bien que ce n'est plus vrai, mais suivre la routine traditionnelle demande si peu d'efforts... Hélas, « les gens » savent beaucoup mieux qu'on ne le pense flairer de l'information au rabais. De multiples études le confirment, dont une que j'avais dirigée, menée sur la bagatelle de 30 000 personnes interrogées à deux ans d'écart<sup>25</sup>, soit

l'œuvre, l'autre étant la convenance sociale (rapport proscription/prescription), mais tout ça nous entrainerait trop loin.

<sup>24</sup> Le sentiment de décadence d'une jeunesse frivole, une constante depuis l'Antiquité, touche essentiellement des ex-jeunes. Lesquels tendent toujours à oublier qu'à l'époque du twist, ou du disco selon leur date de naissance, ils n'étaient pas si malins que ça, et nullement insensibles aux engouements du moment. Les jeunes deviendront vieux, ne vous inquiétez pas : le temps roule pour nous (contre, aussi, mais c'est une autre question).

<sup>25</sup> Fédération nationale de la presse française, *Crise et avenir de la presse : plusieurs millions de données analysées pour une étude sans précédent* (communiqué), FNPF et CNDI, 2008. Pour un peu plus de détails, voir « Crise et avenir de la presse : l'offre éditoriale face à l'évolution des publics », *Études de presse*, vol. 1, n°5, 2008, p. 1-8 et pour

sauf erreur de ma part le plus gros échantillon de l'histoire de la presse. Et ce qu'il révélait, le gros échantillon, c'est que la qualité perçue du contenu d'un journal (selon cinq critères comme l'intérêt et la fiabilité) était le principal déterminant de l'effort qu'on lui accordait ou non, bref, de sa lecture. À dire vrai, ce n'était le principal qu'après l'habitude familiale, variable encore puissante (pour combien de temps ?), mais il devançait nettement les suspects habituels comme l'âge, le niveau d'étude ou même l'usage d'internet.

Même sans le moindre doute ( $p < 0,001$ ), ces résultats étaient si spectaculaires que j'ai demandé à quelques-uns des meilleurs spécialistes de la question de les vérifier, mais c'était bien ça. Curieusement, les commanditaires de l'étude n'ont pas tous été grisés par son implication informulée : les journaux qui agonisent sont surtout des journaux paresseux. Plus toujours, hélas, depuis que les médias sociaux ont pillé leurs ressources publicitaires, mais quand même souvent. C'est une chose éprouvante à dire et à lire, elle n'en a pas moins été confirmée par toute sorte de travaux fondés sur des méthodologies variées. Y compris ethnologique, à l'initiative d'un des plus gros fournisseurs de journalisme de la planète, l'Associated Press :

En fait, les consommateurs dans cette étude manifestent de la fatigue informationnelle à force d'essayer de naviguer dans un flux d'information qui pour l'essentiel leur sert essentiellement des titres et des nouvelles recyclées [...] ils cliquent souvent sur un lien dans l'espoir de plus d'approfondissement et n'obtiennent en réalité que le même contenu sous une marque différente<sup>26</sup>.

Quelle ingratitude ! Les « gens » ne se rendent donc pas compte de l'effort que demande le *démarquage*<sup>27</sup> des articles écrits par d'autres : tous ces titres à changer, ces phrases à reformuler. Heureusement qu'on a de

beaucoup plus de détails, me demander le rapport complet (90 pages) : ça me fera plaisir.

<sup>26</sup> *A new model for news: Studying the deep structure of young-adult news consumption*, The Associated Press, juin 2008.

<sup>27</sup> C'est-à-dire, en jargon journalistique, ce qu'on appelle en jargon universitaire « le plagiat ».

l'entraînement, en particulier en France : une recherche sur plus de 2,5 millions d'articles issus de 86 médias d'actualité a conclu que « 64 % de ce qui est publié en ligne est du copié-collé pur et simple<sup>28</sup> ». Plus précisément, 19 % des textes n'auraient aucune originalité, 37 % ont entre 1 % et 20 % d'originalité, et seuls 21 % sont totalement originaux. Il y aurait quelques raisons de nuancer ce constat, mais il en rejoint d'autres. Comme celui, anglophone, de Dawn Weatley qui estimait de son côté que plus de 70 % des articles seraient de la « routine », dont, selon sa classification, plus d'un tiers issus d'activités de promotion et de relations publiques, contre moins de 10 % relevant de l'initiative journalistique.

C'est un peu ennuyeux, si l'on considère que d'après (encore) une autre étude, celle de Tom Rosenstiel, fondée cette fois sur l'analyse avancée des statistiques de lecture de 250 000 articles de 55 médias partenaires, les textes d'initiative sont ceux qui séduisent le plus : les enquêtes de grande ampleur, bien sûr, mais aussi les petits sujets partis de la curiosité soudaine d'un journaliste.

Les articles qui fonctionnent commencent souvent aux toilettes ou en attendant le bus par une pensée comme « *Tiens, mais au fait...* » Curieux que des cinq questions sacramentelles, les deux plus fructueuses, « comment ? » et « pourquoi ? » sont apparemment celles qu'on pose et qu'on se pose le moins. Peut-être parce qu'une bonne partie des journalistes, pressurés et démotivés, n'en ont pas le temps et plus l'envie. Probablement aussi parce que leurs responsables éditoriaux, non seulement ne



*La flemme, ma vieille amie, ronge la presse à la fois de l'extérieur, côté lecteurs, et de l'intérieur, côté journaux.*

les y encouragent pas mais n'éprouvent même pas de malaise à publier des articles qui les ennuaient eux-mêmes s'ils lisaient leur journal le matin. Dommage pour eux, parce que « les gens » se fichent de savoir seulement qui a fait quoi, quand et où. Sur tout quand ils voient ça à l'identique sur tous les sites. Au passage, ils se fichent aussi – quand ça ne les exaspère pas – du prêchi-prêcha convenu, et lui aussi répétitif, de points de vue stéréotypés. L'opinion, c'est comme le reportage, c'est plus facile, d'accord, et bien moins cher à produire, mais ça réclame quand même de l'originalité. Et, j'en ai peur, du travail.

C'est ainsi que la flemme, ma vieille amie, ronge la presse à la fois de l'extérieur, côté lecteurs, et de l'intérieur, côté journaux. Enfin, quand on dit les journaux... L'actualité télévisée est loin d'être épargnée par l'opium de la facilité. D'ailleurs, là aussi plusieurs études ont montré une nette corrélation entre la qualité des contenus et l'évolution des taux d'écoute. Mais il suffit de la regarder...

De même que l'on peut deviner l'avenir d'un quotidien en lisant simplement ses légendes photos, indices parfois ébouriffants de l'importance qu'il accorde à son propre contenu<sup>29</sup>, on peut deviner celui d'un journal TV à sa

<sup>28</sup> Julia Cagé, Nicolas Hervé et Marie-Luce Viaud, *L'information à tout prix*, INA, 2017.

<sup>29</sup> De même que les photos elles-mêmes, du reste : une de mes distractions du matin est l'épatante désinvolture avec laquelle un journal gratuit français agrmente ses articles. On peut toujours compter sur lui pour illustrer la nouvelle d'un crash d'avion de tourisme avec une photo d'avion de ligne (et même, une fois, celle d'un planeur), ou encore pour égayer le récit d'un accident routier

pratique intensive du micro-trottoir (ou « vox pop » au Canada), remplissage d'antenne insipide clamant sans fausse honte que le journaliste n'a pas eu le temps ou l'envie de chercher des sources dignes d'intérêt et que son rédacteur en chef s'en moque probablement<sup>30</sup>.

*Le domaine de l'information est l'un des seuls qui ne fait aucun effort pour se renseigner sur les travaux qui le concernent directement.*

Cependant, la pièce à conviction la plus accablante est, surtout en France, la récurrence des sujets qui commencent par « *On les appelle...* » (« *... les chevaliers du...* », « *... les anges de...* »). C'est l'équivalent journalistique d'une pile de boîtes de surgelés vides dans la poubelle d'un restaurant : outre la paresse de chercher une attaque digne de ce nom et la maladresse d'un cliché auprès duquel n'importe quel autre semblerait délicieusement créatif, il témoigne d'un mépris des faits ébahissant.

Non, fainéant, personne à part toi – et à l'instant seulement – n'affublerait quiconque de surnoms comme « *les architectes de la tarte aux pommes* », « *les virtuoses de la clef à molette* » ou « *les chirurgiens des machines agricoles* ». D'accord, « on » a effectivement appelé Boileau « *le Législateur du Parnasse* »

avec une quelconque image d'arbre trouvée en ligne, suivie d'une légende comme « *la voiture a percuté un arbre* ». Et pourtant, le même journal publie à l'occasion – au milieu de sujets pêchés ça et là – des articles d'initiative pertinents et parfois d'autres textes insolitement bons en dépit de leur titraille saugrenue (ses titres étant apparemment confiés à des lycéens sortant d'un stage chez Cyril Hanouna). En somme un ornithorynque éditorial plutôt sympathique mais dont les bouts ne vont décidément pas ensemble.

<sup>30</sup> Oui, d'accord, ça peut être un procédé légitime et même éclairant à l'occasion. Mais il suffit d'écouter la plupart pour constater qu'ils ne visent à être ni l'un ni l'autre, juste à alimenter l'antenne pour pas cher.

et Bossuet « *l'Aigle de Meaux* » mais « on » ne passe pas son temps à accoutrer de surnoms absurdemment emphatiques tous les quidams que tu rencontres. Quand tu bidonnes, puisque ça semble être l'usage dans ta rédaction, essaye au moins d'être plausible.

Pardon, je m'énerve. Je sais bien que tu n'as probablement eu droit qu'à une heure ou deux pour tourner et monter ce sujet « de société » insipide et que personne ne t'a encore jamais demandé de faire mieux. Tes patrons sont satisfaits et quand on a un contrat aussi précaire que le tien, c'est le seul public qui compte. Donc aucun public, puisqu'ils ne regardent sûrement pas ce qu'ils diffusent (ils n'ont pas que ça à faire). Ou alors ils ont si peu d'estime pour « les gens » qu'ils croient vraiment que ce genre de contenu trivial les intéresse. Une flopée de recherches indique le contraire<sup>31</sup>, mais le domaine de l'information est l'un des seuls qui ne fait aucun effort pour se renseigner sur les travaux qui le concernent directement.

### **S'asseoir dans la neige**

Résumons. Les « gens » sont des gens comme nous, pas plus bêtes que nous, même s'ils ne s'intéressent pas forcément aux mêmes choses, et en tout cas aussi paresseux que nous. Décidément, l'adjectif sonne mal... Disons : *aussi judicieusement économes que nous de leurs efforts cognitifs quand ils n'en perçoivent pas de justification*. Bien sûr, cette justification peut nous sembler flagrante, par exemple quand les connaissances en jeu concernent leurs choix politiques, donc leur existence future et incidemment la nôtre, mais, bon, c'est comme ça.

<sup>31</sup> « *Une conclusion majeure de ces études est que l'attention portée à la télévision, regardée dans un "cadre naturel" [par opposition aux expériences en laboratoire (ndt.)], peut être assez faible, voire inexistante* », notaient par exemple Steven H. Chaffee et Joan Schleuder, et c'était pourtant à l'époque bénie où les médias sociaux ne concurrençaient pas encore les autres. « *Il y a une différence spectaculaire entre les évaluations produites par des téléspectateurs "typiques" et par les équipes des rédactions* » assénait pour sa part Valerie Crane en 1992, résumant ses expériences avec 450 professionnels et 1200 téléspectateurs. Je continue ou ça suffit ?

Dans un monde idéal, bien sûr, ils s'intéresseraient spontanément à ces sujets, mais c'est aussi le genre de monde où les responsables éditoriaux s'intéresseraient aux recherches dont dépend également leur existence future<sup>32</sup>. Bref, ça n'arrivera pas.

La situation semble donc bloquée : une grande partie des « gens » ne fait pas ou plus l'effort de s'intéresser à l'actualité et une bonne partie des médias ne font pas l'effort d'intéresser les « gens » à l'actualité...

Pas tous, bien sûr. Ceux qui réussissent malgré l'emprise des Gafam manifestent au contraire une énergie frappante, dont témoignent des questionnements plus mordants mais aussi – toujours par exemple – l'essor du journalisme explicatif, forme très judicieuse quand elle arrive à éviter le ton enrageant de la condescendance (insistons : *les-gens-ne-sont-pas-bêtes*, ajoutons : *et ils détestent qu'on les traite comme tels* !)

*Ce serait le moment d'ôter mon chapeau, mais ils l'avaient fait avant moi : l'autre chapeau, celui qu'on écrit aussi chapô et dont la raréfaction dit tout sur la crise de la presse.*

Mais les autres journaux... Disparition après disparition, leur morne troupe évoque ces voyageurs égarés dans la tempête, dépourvus de repères<sup>33</sup>, qui l'un après l'autre se couchent dans la neige, à bout de ressources, pour attendre la fin.

Ce serait le moment d'ôter mon chapeau, mais ils l'avaient fait avant moi. L'autre chapeau, celui qu'on écrit aussi chapô et dont la raréfaction dit tout sur la crise de la presse.

Non, ce n'était pas un « résumé de l'article », comme on le dit bêtement ici ou là, *c'était sa bande-annonce* ! Exactement ce qu'il faudrait pour attirer des lecteurs découragés par la profusion des contenus. Exactement le format qui conviendrait pour garnir les

pages d'accueil des sites d'information, et même pour poster des messages appétissants sur les réseaux sociaux : pas mal pour un procédé journalistique aussi ancien. Pourtant, cet art a commencé à dépérir au moment où l'on en avait le plus besoin. C'est que pondre un petit bijou de chapeau, quelque chose qui soit à la fois très séduisant et rigoureusement fidèle, réclamait pas mal de travail : les agences de presse ne le fournissant pas, il fallait l'imaginer soi-même alors qu'il est si simple de mettre le début du texte en gras. Tant pis si le résultat, aussi excitant qu'un dessert d'hôpital, est en plus cognitivement confus<sup>34</sup>.

C'est vrai, les journaux qui meurent ne succombent pas tous à leur économie d'effort, ou pas seulement à ça. D'ailleurs, ils ont déjà

<sup>32</sup> Ce n'est pas pour insister, mais, vraiment, on ne compte plus les travaux dont les auteurs, admis dans des rédactions, en sont ressortis éberlués par la mécompréhension qu'avaient les professionnels de ceux à qui ils s'adressent. On peut non seulement en conclure que les chercheurs ne se lisent pas entre eux (sans quoi ils finiraient par s'y attendre), mais même en venir à soupçonner que ce genre d'étude de terrain pourrait constituer une sorte de bizutage chez les sociologues et ethnologues, qui les confient peut-être à de jeunes collègues pour rire ensuite de leur stupéfaction. Le pire, c'est qu'après les ravages (eux aussi bien documentés) des consultants en marketing et des *focus group*, la profusion de données désormais fournies par les contenus en ligne tend à aggraver le problème en favorisant les interprétations éditoriales infondées. Comme le notait Tom Rosenstiel, « *La voie vers un journalisme durable, déjà mise à mal par un modèle économique publicitaire perturbé, est aussi compromise par quelque chose de plus inattendu : des données indigentes. [...] La plupart du temps, elles mesurent les mauvaises choses. Elles mesurent aussi dans une large mesure des choses fausses ou illusoire.* » (*Solving journalism's hidden problem: Terrible analytics*, Brookings Institution, février 2016, p. 1)

<sup>33</sup> Ils auront cru jusqu'à la fin que les cartes et les boussoles n'étaient que des gadgets théoriques pour universitaires prétentieux.

<sup>34</sup> Le très vieux (et presque enterré) principe dit de l'« indépendance texte-titraille » que l'on apprenait jadis dans les écoles de journalisme reposait sur de solides justifications psycholinguistiques : le titre, le chapeau et l'attaque – quand il y en a une... – étant lus comme des éléments distincts, devaient être des éléments distincts. Pour le dire plus simplement, le texte n'est censé commencer... qu'au début du texte.

préparé leur épitaphe : « *C'est la faute d'internet* ». Mais sur le ruban de la gerbe que je déposerai en sanglotant, je crois moi que j'écrirai simplement : « *Repose-toi en paix* ». Peut-être que je signerai « *Les gens* ». ■

*Bertrand Labasse est professeur à l'Université d'Ottawa et professeur invité à l'École supérieure de journalisme de Lille.*