

Le livre du jour

Pourquoi l'information passe si mal

Cinq ans après avoir connu un succès inattendu avec un livre à la fois très sérieux et très drôle, *Les Décisions absurdes. Sociologie des erreurs radicales et persistantes* (Gallimard, 2002), Christian Morel récidive. Le sociologue décortique cette fois « *l'enfer de l'information ordinaire* ». Au départ, le livre est on ne peut plus réjouissant. Sa lecture critique des boutons, pictogrammes et autres modes d'emploi qui envahissent notre vie quotidienne provoque chez le lecteur un véritable rire libérateur.

Non, vous n'êtes pas seuls à vous demander pourquoi il faut appuyer sur le bouton « *démarrer* » pour fermer Windows ; non, vous n'êtes pas forcément dépassés si vous n'avez pas réussi à vous procurer du savon dans les toilettes d'un TGV ; non, il n'y a aucune honte à ne pas savoir démonter une chasse d'eau (le mode d'emploi est à l'intérieur !) ou à ne pas comprendre pourquoi, dans les voitures automatiques, la marche arrière est placée à l'avant de la

L'Enfer de l'information ordinaire **Christian Morel**

Gallimard, 236 pages, 18,50 €

marche avant ! Non, vous n'êtes pas seuls à vous demander, devant le rayon hygiène de votre supermarché, si la « *crème moussante* » qui est devant vous est un savon, un shampoing, un gel-douche ou une crème à raser.

Passant en revue des dizaines d'exemples, Christian Morel montre que « *l'information ordinaire est non seulement de qualité médiocre, mais qu'elle atteint souvent un niveau de pertinence catastrophique* ». Pourtant, il est possible de faire autrement : le code de la route est un langage universel, la signalisation dans les aéroports aussi. Néanmoins, il va falloir s'y faire, prévient l'auteur : « *Plus les produits nous simplifient la vie, plus ils nous obligent à réfléchir, à mémoriser et à*

faire attention. On peut donc dire que la modernité facilite la vie concrète, mais complexifie la vie mentale. » D'où cet inconfort – Christian Morel parle de blues – face à ces objets pourtant censés nous faciliter la vie. Longtemps cadre supérieur chez Renault, Christian Morel va même jusqu'à expliquer le succès de la Logan (la voiture vendue 7 000 euros) non seulement par le prix du véhicule, mais par sa simplicité, qui rassure nombre de clients.

Mais il n'y a pas que les objets complexes qui posent problème. Dans un second temps, Christian Morel – et c'est beaucoup moins drôle – s'en prend aux médias, qui tronquent l'information en ne donnant pas la fin de l'histoire. Un exemple parmi d'autres : alors que l'accident d'un avion de ligne de la Swissair, en 1998, au-dessus du Canada, a donné logiquement lieu à de nombreux articles, aucun journal français, s'indigne-t-il à juste titre, n'a fait état du rapport sur les circonstances de cet accident, publié en 2003.

Pourtant, ses conclusions étaient spectaculaires : l'avion avait pris feu en raison de la présence d'un tissu, utilisé comme isolant thermique, prétendument ininflammable, mais qui ne l'était guère et que l'on retrouve dans de nombreux autres appareils.

Plusieurs raisons expliquent que la presse tronque parfois (souvent ?) les histoires. La conception des attentes du public en est une. Souvent mauvaise d'ailleurs. Christian Morel montre également comment les lecteurs sont généralement critiques face à des procédés de vulgarisation qui, poussés à l'extrême, nuisent à la bonne intelligence d'un phénomène.

Pourquoi les journaux informent-ils si mal ? Pourquoi les objets prétendument pratiques sont-ils si complexes à utiliser ? Christian Morel a une thèse audacieuse : « *Le langage a émergé chez les humains pour leur permettre de se lier, et non pour informer.* » Conclusion : « *La rage d'être abscons est profondément ancrée dans la nature humaine* », écrit-il. Cette thèse est sans doute contestable. Elle n'enlève rien à l'intérêt de cet ouvrage particulièrement stimulant. ■

FRÉDÉRIC LEMAÎTRE