



Photo Shutterstock



Internet rend-il plus bête ?

JEAN-LUC ÉLUARD › RÉDACTEUR À CAP SCIENCES | www.curieux.live

Un jour, plutôt que d'ouvrir la fenêtre, vous consultez le site de Météo France pour savoir le temps qu'il fait. Et là, ça vous tombe dessus. Mais ça, ce n'est rien par rapport à tous les maux dont Internet est accusé. Bien sûr, depuis longtemps, les bouleversements de l'apprentissage ont suscité des oppositions : dans son « Phèdre », Platon s'en prend à l'écriture ; au moment de l'invention de l'imprimerie, les inquiétudes étaient nombreuses aussi. À chaque fois, cela a entraîné une modification substantielle du cerveau. Pas dramatique en soi : le cerveau humain possède un gros avantage, il s'adapte à tout. Y compris

chez des sujets âgés, cette plasticité a permis de passer d'une civilisation de l'oral à une civilisation de l'écrit. La différence, c'est qu'on avait plusieurs générations pour s'y habituer alors que là, on doit s'adapter à Internet en moins d'une génération. Alors, évidemment, les enfants nés avec Internet ont une capacité de synthèse et d'assimilation sans commune mesure, car ils sont habitués à compiler des informations éparpillées. Autre avantage : comme il faut constamment faire des choix, la zone frontale qui gouverne le processus de décision est plus développée. Quant à savoir si les choix sont les bons, c'est une autre affaire. Et justement : en

nous sollicitant sans arrêt pour passer d'un contenu à un autre, Internet nous empêche de trier les informations pertinentes et de nous concentrer sur une « lecture profonde ». Avec une lecture linéaire comme dans un livre, on comprend mieux, on se souvient mieux et donc on apprend mieux. En outre, on retient aussi avec la mémoire visuelle. Mais comme, sur Internet, cette page est sans cesse renouvelée par le défilement, on retient moins de choses. On « sous-traite » l'apprentissage, on ne retient plus ce que l'on a lu mais la manière d'y parvenir en retournant sur Internet. En fait, il agit comme une drogue en donnant à ceux qui le fréquentent des stimuli de plaisir qui obligent à y demeurer. Et ce d'autant plus que les algorithmes développés par Google et Facebook, entre autres, nous donnent ce que nous sommes le plus susceptibles de lire. On privilégie le plaisir immédiat et la réaction instantanée plutôt que la réflexion et la réaction apaisée.

À lire : « Internet rend-il bête ? », Nicholas Carr, éd. Robert Laffont, 2011