

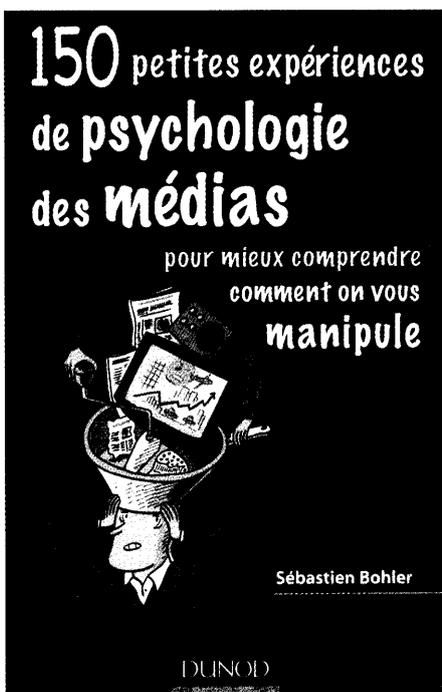
Médias du XXI^e siècle, cerveaux préhistoriques

C'est à un formidable décryptage de nos marottes que nous invite le docteur en neurobiologie Sébastien Bohler.

Clair et concis, il propose «150 petites expériences de psychologie des médias pour mieux comprendre comment on vous manipule». Un ouvrage très recommandé!

» «Des expériences ont montré que lorsque l'information devient trop rapide, le cerveau humain tend à la considérer comme vraie, sans se poser la question de sa validité.» Sébastien Bohler connaît à merveille les réflexes humains. Tout son livre est un condensé de vulgarisation intelligente. L'auteur y pose des questions qui pourraient de prime abord enfoncer des portes ouvertes: «Pourquoi votre enfant est-il agressif après avoir vu *L'Arme fatale*?» «Pourquoi votre petit garçon veut-il à tout prix cette console de jeux vidéo après avoir vu Thierry Henry faire sa publicité?» «Pourquoi méprisez-vous la presse people et... pourquoi la lisez-vous?»

A ces questions ingénues, Sébastien Bohler propose des réponses scientifiques, mais jamais pédantes. Il illustre chaque question par des expériences réalisées dans des universités par des chercheurs. On découvre que les télé-spectateurs assidus ont de fortes chances de succomber au syndrome du «grand méchant monde». Que les meilleures publicités sont celles qui agissent sur des mécanismes involontaires du cerveau. Démonstrations éclair (trois pages par chapitre) mais jamais superficielles. On se surprend à reconnaître des réflexes mystérieux ou présents. «Face aux médias, nous avons tendance à retenir l'information qui va dans le même sens que nos préjugés, nos goûts et nos croyances initiales.



Nous allons même jusqu'à nous exposer préférentiellement aux informations qui confirment nos croyances et à fuir les autres», expose l'auteur, qui signe des chroniques sur le site www.arretsurimages.net

L'homme s'amuse à constater que la technologie et ses prodiges actuels ne servent souvent qu'à renforcer des penchants humains hérités des âges préhistoriques. On ne s'étonnera pas d'avoir confirmation que les gens sont davantage sensibles aux accidents qui se passent dans leur village qu'à l'autre bout du monde, mais certaines démonstrations du livre sont dérangeantes. Le besoin d'entendre et de colporter des

«La concierge, la vraie journaliste»

«Le journalisme relève nécessairement, à l'origine, de la délation et de l'imposture. C'est répéter à une tierce personne quelque chose qu'on a vu, qu'on a cru voir, qu'on a cru entendre ou qu'on vous a dit. Vous avez le filtre personnel de la perception subjective, le choix des mots pour le répéter. Au départ, vous avez l'homme héroïque qui annonce la victoire de Samothrace, mais à l'arrivée vous avez la concierge. Elle, c'est la vraie journaliste. Elle répète ce qu'elle entend, seion ce qu'elle veut, quelquefois inconsciemment, mais elle pratique la délation. (...) Quant à l'imposture, c'est qu'il est impossible d'être fidèle, impossible de connaître les sujets que l'on traite. (...) Notre métier consiste la plupart du temps à proposer comme vrai ce qui n'est que vraisemblable.»

Cette confession décapante est celle de Jean Daniel, 88 ans, cofondateur du «Nouvel Observateur». Elle est à lire, avec une foule d'autres articles captivants, dans la revue «Médias» no 18 (automne 2008), en vente dans tous les bons kiosques.

ragots est paraît-il immémorial. A défaut d'en guérir d'un seul coup, le livre de Sébastien Bohler permet d'être plus vigilant et plus conscient. De nombreuses expériences citées peuvent être reconduites à petite échelle, comme celle de la classe. Il y aura de quoi impressionner les cobayes!

Paru aux éditions Dunod

Publicité