

Extraits de la conférence de Michel Desmurger, Chercheur en neurosciences à l'INSERM, auteur de « TV Lobotomie, la vérité scientifique sur les effets de la télévision », Max Milo, 2011.

<https://www.youtube.com/watch?v=NvMNf0Po1wY>

**" (...) soyons réaliste : à la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit (...).**

**Or pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation de le rendre disponible : c'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du temps de cerveau humain disponible (...)"**

Patrick Le Lay, PDG de TF1, 2004



8:12 / 1:32:31



**" Visez le petit. Préparez votre cible. Marquez-la au front le plus tôt possible. Seul l'enfant apprend bien [...] Les cigarettiers et les limonadiers savent que plus tôt l'enfant goûtera plus il sera accro. Les neurosciences ont appris aux entreprises les âges idéaux auxquels un apprentissage donné se fait le plus facilement"**

Patrick Georges, Michel Badoc, Le neuromarketing en action : Parler et vendre au cerveau, Eyrolles, 2010



11:12 / 1:32:31



# Cognition

- 1) Langage
- 2) Attention
- 3) Lecture
- 4) Imagination / Créativité
- 5) Temps consacré aux activités académiques
- 6) Fonctionnement intellectuel / Apprentissage
- 7) Résultats Scolaires

19:06 / 1:32:31



## Effets sur l'homme

Moins de 60 minutes de télé par jour



Plus de 180 minutes de télé par jour



20:26 / 1:32:31, Kinder und Jugendarzt, 2006



## Une étude de long terme

1 heure / jour de TV à l'école primaire

=

+ 43 % de chances de sortir de l'école  
sans diplômes



22:10 / 1:32:31



## Une action clairement causale

14 ans < 2 h/jour

À 16 ans

moins 1h

Risque échec scolaire moins 50%

plus 1h

Risque échec scolaire doublé



22:59 / 1:32:31





## Attention captée – Attention Dirigée



23:27 / 1:32:31



## De effets cumulatifs a long terme

1 heure / jour à 3 ans

Probabilités de troubles attentionnels à 8 ans : x 2

1 heure / jour de 5 à 11 ans

Probabilités de troubles attentionnels à 13 ans : + 50%

1 heure / jour à 14 ans

Probabilités de troubles attentionnels à 16 ans : + 44%

Troubles attentionnels à 16 ans

Risque d'échec scolaire : x 4



27:07 / 1:32:31



## Des déficits précoces subtils

Des enfants de 1 à 3 ans soumis à une présence audiovisuelle d'arrière-plan

Changent de jouets plus fréquemment

Présentent des schèmes ludiques moins riches

Affichent des plages de jeux raccourcies

Sont moins concentrés durant ces plages

▶ ▶| 🔊 30:52 / 1:32:31



## Des déficits précoces subtils

Des enfants de 1 à 3 ans soumis à une présence audiovisuelle d'arrière-plan

Changent de jouets plus fréquemment

Présentent des schèmes ludiques moins riches

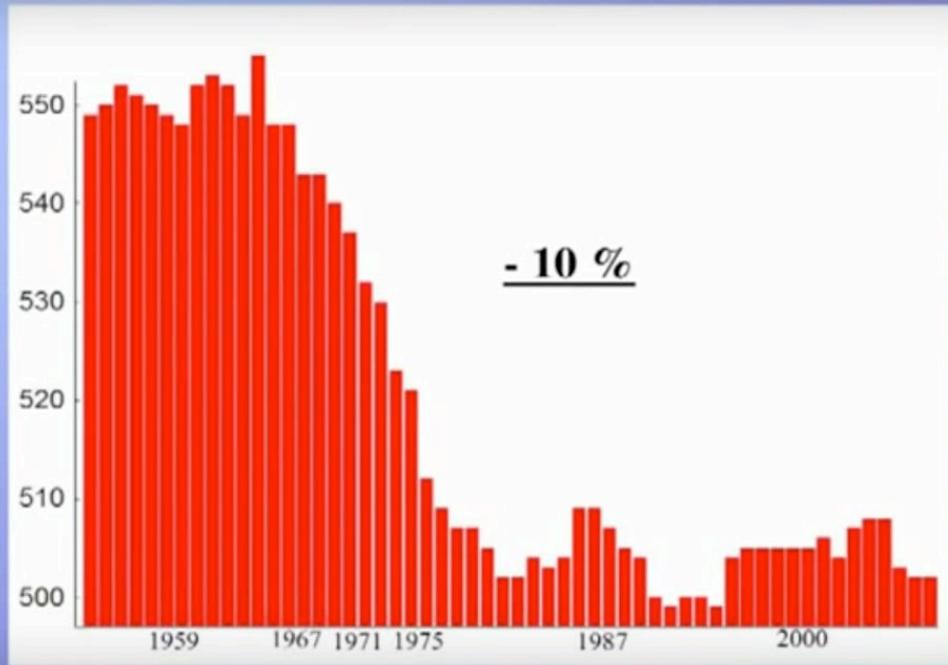
Affichent des plages de jeux raccourcies

Sont moins concentrés durant ces plages

▶ ▶| 🔊 30:52 / 1:32:31

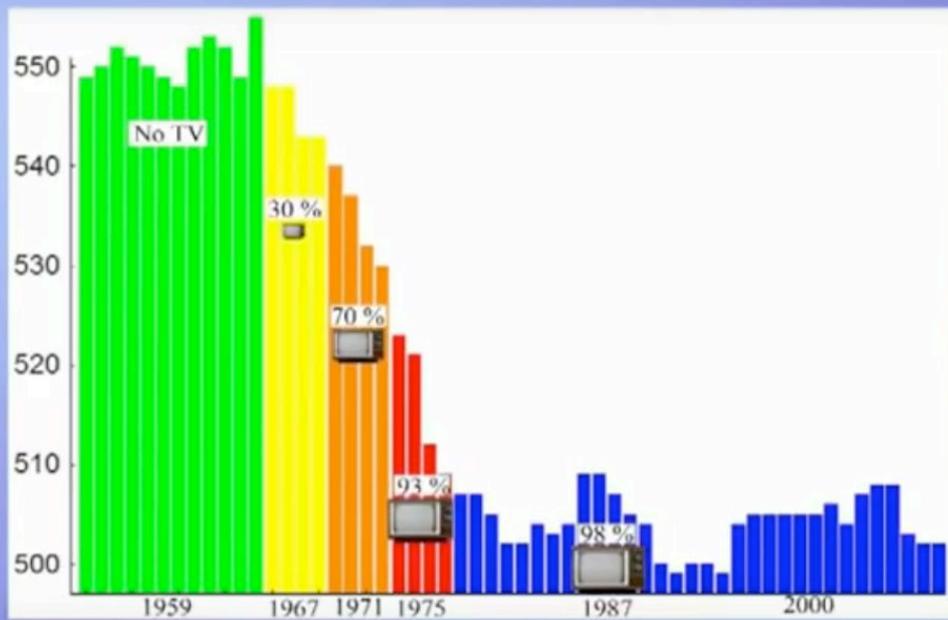


TV Lobotomie - La vérité scientifique sur les effets de la télévision (SAT score, USA)



32:04 / 1:32:31

TV Lobotomie - La vérité scientifique sur les effets de la télévision (SAT score, USA)



33:30 / 1:32:31

## Ce que dit l'industrie

**Brainy Baby**, un DVD destinée aux 6-36 mois, enseigne aux enfants "le langage et la logique".

**Baby Einstein**, un DVD pour les 1 an et plus "enrichit le vocabulaire de l'enfant à travers la beauté de la poésie, de la musique et de la nature".

**BabyTV**, "les histoires et les rimes [de la série Leni] contribuent à l'apprentissage du langage"

▶ ▶| 🔊 36:08 / 1:32:31



## Ce que montre la recherche

Enfants de 12 à 18 mois

Sessions de 40 minutes

25 mots répétés 3 fois

5 sessions par semaine / 4 semaines

**Chaque mot entendu 60 fois**

▶ ▶| 🔊 37:10 / 1:32:31

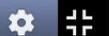


## Ce que montre la recherche (suite)

Une heure de contenus « éducatifs » entre 8 et 16 mois se traduit par un **appauvrissement du lexique de l'ordre de 10 %**

Deux heures par jour d'exposition à la télé entre 15 et 48 mois **multiplie par 3 le risque d'occurrence de retards du développement langagier (x 6 si initiation avant 1 an)**

▶ ▶ 🔊 39:48 / 1:32:31



## Santé

- 1) **Sommeil**
- 2) **Obésité**
- 3) **Tabagisme**
- 4) **Alcoolisme**
- 5) **Sexualité**
- 6) **Image du corps**
- 7) **Sédentarité**

▶ ▶ 🔊 44:19 / 1:32:31



## Sédentarité : Espérance de vie

La télé nous coûte entre 2.5 à 3 ans d'espérance de vie

1 h de télé

=> 22 minutes de vie en moins

▶ | 🔊 47:18 / 1:32:31



## Tabagisme

"Toute personne qui consomme du tabac peut devenir dépendante à la nicotine, mais celles qui ne commencent pas à fumer avant 21 ans ont peu de risques de jamais commencer. (...) Plus les enfants sont jeunes quand ils fument pour la première fois, plus ils risquent de fumer régulièrement par la suite et moins ils ont de chances d'arrêter"

(OMS, 2008)

▶ | 🔊 52:08 / 1:32:31



## Tabac

70 à 75 % des films sur la dernière décennie

Fumeur "positif", socialement accompli, stars

Pas d'allusion aux effets négatifs

Facteur de risque (Q1 vs Q4): x 3-4

52:52 / 1:32:31

## TABAC

52 % des ados ont essayé parce qu'ils ont été exposés à des scènes tabagiques à l'écran

33 % des fumeurs chroniques le sont devenus parce qu'ils ont été exposés à des scènes tabagiques à l'écran

**Soit 145 000 morts par an pour les seuls USA**

55:45 / 1:32:31

# Tabac

Effet restriction parentale: x 3 population générale  
x 10 proches non-fumeurs

▶ ▶▶ 🔊 58:02 / 1:32:31



# Sexualité

70 % des programmes « tous publics » contiennent des références sexuelles, à hauteur moyenne de 5 incidents par heure

▶ ▶▶ 🔊 1:01:17 / 1:32:31



## Télé, grossesses précoces et MST

Image du corps

▶ ⏪ 🔊 —● 1:03:43 / 1:32:31



## Violence

- 1) **Agressivité / Violence**
- 2) **Habituatation / Passage à l'acte**
- 3) **Peur / Anxiété**

▶ ⏪ 🔊 —● 1:07:27 / 1:32:31



60 % des émissions contiennent des actes de violence.

Un spectateur moyen voit près de 2600 crimes et 13000 actes violents par an.

▶ ⏩ 🔊 —● 1:08:57 / 1:32:31



**"Plus de 3500 travaux de recherche ont examiné l'association liant violence médiatique et comportements violents ; tous, à l'exception de 18, ont montré une relation positive"**

Académie Américaine de Pédiatrie, Pediatrics, 2001

▶ ⏩ 🔊 —● 1:14:07 / 1:32:31



## Des effets à court terme:

Un film violent avant un match de hockey

▶ | 🔊 1:17:57 / 1:32:31



## Des effets à long terme:

1h/jour de programmes violents à la maternelle  
(foot américain, Spiderman dessin animé, etc)



Probabilité de comportements asociaux au primaire (ex: propension à mentir, tricher, indiscipline, détérioration de biens, répondre aux enseignants, etc.) **X 4**

▶ | 🔊 1:18:29 / 1:32:31





## Des effets imposants

### Corrélations :

Un lien aussi fort que celui entre tabac  
et cancer

▶ ▶| 🔊 1:19:28 / 1:32:31



## Des effets imposants (suite)

"Les évidences épidémiologiques indiquent que si, hypothétiquement, la technologie télévisuelle n'avait jamais été développée, il y aurait aujourd'hui aux États-Unis chaque année 10 000 homicides de moins, 70 000 viols de moins et 700 000 agressions avec blessures de moins"

(Centerwall, JAMA, 1992)

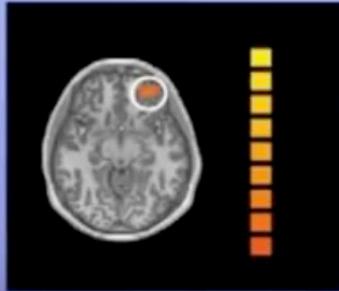
▶ ▶| 🔊 1:20:53 / 1:32:31



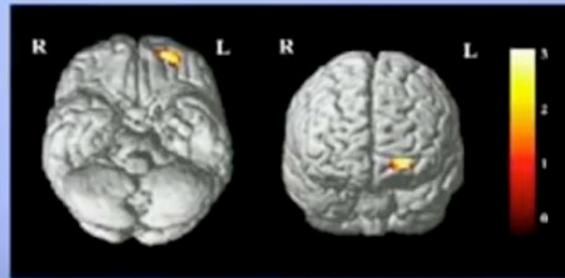
# Quand la violence devient habituelle

Une appréciation cognitive biaisée

Une facilitation de passage à l'acte



Strenziok et al. SCAN, 2010



Strenziok et al. JAH, 2010

▶ ▶▶ 🔊 1:24:57 / 1:32:31



# Le grand méchant monde

11 septembre 35 % des enfants avec un stress palpable : corrélé à l'exposition au JT

La grande peur de 1994 !

▶ ▶▶ 🔊 1:29:09 / 1:32:31



Citation de BERNARD STIEGLER

<https://www.monde-diplomatique.fr/2004/06/STIEGLER/11261>

« (...) Or une « conscience » est essentiellement une conscience de soi : une singularité. Je ne peux dire je que parce que je me donne mon propre temps.

Énormes dispositifs de synchronisation, les industries culturelles, en particulier la télévision, sont des machines à liquider ce soi dont Michel Foucault étudiait les techniques à la fin de sa vie.

Lorsque des dizaines, voire des centaines de millions de téléspectateurs regardent simultanément le même programme en direct, ces consciences du monde entier intériorisent les mêmes objets temporels. Et si, tous les jours, elles répètent, à la même heure et très régulièrement, le même comportement de consommation audiovisuelle parce que tout les y pousse, ces « consciences » finissent par devenir celle de la même personne – c'est-à-dire personne. (...) »