

(Mobile pdf) File size: 68.Mb

TV lobotomie: La vrit scientifique sur les effets de la tlvision - Essais - documents (L'inconnu)



Par Michel Desmurget
**Download PDF | ePub | DOC | audiobook | ebooks*

Dtails sur le produit Rang parmi les ventes : #45320 dans eBooksPubli le: 2011-02-03Sorti le: 2011-02-03Format: Ebook Kindle

(Mobile pdf) TV lobotomie: La vrit scientifique sur les effets de la tlvision - Essais - documents (L'inconnu)

Par Michel Desmurget : TV lobotomie: La vrit scientifique sur les effets de la tlvision - Essais - documents (L'inconnu) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised TV lobotomie: La vrit scientifique sur les effets de la tlvision - Essais - documents (L'inconnu):

Download

Read Online

Description :

Prsentation de l'diteurSophie, 2 ans, regarde la tl 1 heure par jour. Cela double ses chances de prsenter des troubles attentionnels en grandissant.Lubin, 3 ans, regarde la tl 2 heures par jour. Cela triple ses chances d'tre en surpoids.Kevin, 4 ans, regarde des programmes jeunesse violents comme DragonBall Z. Cela quadruple ses chances de prsenter des troubles du comportement quand il sera l'cole primaire.Silvia, 7 ans, regarde la tl

1 heure par jour. Cela augmente de plus d'un tiers ses chances de devenir une adulte sans diplôme. Lina, 15 ans, regarde des séries comme *Desperate Housewives*. Cela triple ses chances de connaître une grossesse précoce non désirée. Entre 40 et 60 ans, Yves a regardé la télé 1 heure par jour. Cela augmente d'un tiers ses chances de développer la maladie d'Alzheimer. Henri, 60 ans, regarde la télé 4 heures par jour. Ren, son jumeau, se contente de la moitié. Henri a 2 fois plus de chances de mourir d'un infarctus que Ren. Chaque mois, les revues scientifiques internationales publient des dizaines de résultats de ce genre. Pour les spécialistes, dont fait partie l'auteur, il n'y a plus de doute : la télévision est un flau. Elle exerce une influence profondément négative sur le développement intellectuel, les résultats scolaires, le langage, l'attention, l'imagination, la créativité, la violence, le sommeil, le tabagisme, l'alcoolisme, la sexualité, l'image du corps, le comportement alimentaire, l'obésité et l'espérance de vie. Ces faits sont mis en avant avec un aplomb fascinant par l'industrie audiovisuelle et son arme d'experts complaisants. La stratégie n'est pas nouvelle : les cigarettiers l'avaient utilisée, en leur temps, pour contester le caractère cancéreux du tabac... Michel Desmurget est docteur en neurosciences. Après avoir fréquenté plusieurs grandes universités américaines (MIT, Emory, UCSF), il est aujourd'hui directeur de recherche à l'INSERM. Il est l'auteur de *Mad in USA* (Max Milo, 2008). Extrait

Le problème des intellectuels, c'est qu'ils reprochent à la télévision de n'être pas assez bonne. Ils sont suspects de vouloir mettre Arte sur toutes les chaînes et d'imposer leurs préférences culturelles tout le monde. Pour ma part, je ne crois pas qu'il y ait une bonne ou une mauvaise télévision - je préfère qu'il n'y ait pas de télévision du tout. (Alexandre Lacroix, philosophe) Parce que les influences médiatiques sont subtiles, cumulatives, et qu'elles adviennent sur une longue période de temps, parents, pédiatres et éducateurs peuvent ne pas être conscients de leur impact. (Victor Strasburger, professeur de pédiatrie, école de Médecine, université de New Mexico) Je suis chercheur. En tant que tel, j'apparais dans le répertoire de diffusion des principaux journaux scientifiques lus au champ des neurosciences fondamentales et cliniques. Chaque nouvelle parution, ces journaux m'envoient leur sommaire, afin que je puisse identifier les travaux susceptibles de m'intéresser. Depuis 15 ans, il ne s'est pas passé une semaine sans que j'extraie au moins un ou deux papiers relatifs aux effets délétères de la télévision sur la santé psychique, cognitive et somatique de l'enfant. La tendance est tellement massive que certains spécialistes n'hésitent plus à qualifier un véritable problème de santé publique. Des voix commencent même à se lever pour réclamer l'extension, aux grands groupes audiovisuels, des poursuites pénales originellement diligentes contre les industriels du tabac et de la malbouffe. L'analogie est loin d'être incongrue. En effet, l'industrie du tabac fut condamnée en son temps pour avoir indûment stimulé le caractère addictif de produits dont elle connaissait le danger. De nos jours, le complexe médiatico-publicitaire dépense des sommes faramineuses pour identifier et manipuler les ressorts d'une dépendance cathodique dont il devient de plus en plus difficile de nier l'existence. Psychologie, neuro-imagerie, théologie, ethnologie, sociologie, aucune branche des sciences humaines et médicales n'est dispensée d'apporter son obole à la Cause mercantile. Depuis quelques années, le neuro-marketing s'érige en nouveau graal manipulateur. Son credo : aller chercher les failles les plus intimes de notre cerveau pour asservir, notre insu, nos comportements, nos désirs, nos peurs, nos pulsions, nos représentations, nos décisions. Dans un ouvrage récent, deux spécialistes du sujet résumèrent ainsi l'approche : *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 gestes idiaux auxquels un apprentissage donné se fait le plus facilement. Pouvons-nous tolérer ce genre d'abjection ? Pouvons-nous rester impassibles lorsqu'une arme de cupidité charognards mobilise tous les outils de la recherche moderne afin d'offrir Coca-Cola au temps de cerveau humain disponible ? Pouvons-nous accepter qu'un troisième parent cathodique pénétre subrepticement l'intimité psychique de nos enfants afin de susciter chez eux des comportements de dépendance ou d'achat aux effets sanitaires dévastateurs ? Bien des gens semblent penser que non, parmi lesquels des universitaires, des journalistes, des spécialistes de la convention internationale des Nations unies sur les droits de l'enfant et de nombreux artistes, cadres ou dirigeants de l'industrie audiovisuelle qui refusent de livrer leur précieuse descendance aux affres de la boîte images. Comme le résume Liliane Lurat avec son talent coutumier, quelle est la liberté des enfants, si ce n'est d'être des enfants, et au nom de quoi peut-on se permettre d'agir sur eux avec une telle puissance ? Quelle est la liberté des adultes, si ce n'est de pouvoir comprendre, et pourquoi alors cibler l'émotion plutôt que la raison ?

Présentation de l'auteur

Sophie, 2 ans, regarde la télé 1 heure par jour. Cela double ses chances de présenter des troubles attentionnels en grandissant. Lubin, 3 ans, regarde la télé 2 heures par jour. Cela triple ses chances d'être en surpoids. Kevin, 4 ans, regarde des programmes jeunesse violents comme *DragonBall Z*. Cela quadruple ses chances de présenter des troubles du comportement quand il sera l'école primaire. Silvia, 7 ans, regarde la télé 1 heure par jour. Cela augmente de plus d'un tiers ses

chances de devenir une adulte sans diplôme. Lina, 15 ans, regarde des séries comme *Desperate Housewives*. Cela triple ses chances de connaître une grossesse précoce non désirée. Entre 40 et 60 ans, Yves a regardé la télé 1 heure par jour. Cela augmente d'un tiers ses chances de développer la maladie d'Alzheimer. Henri, 60 ans, regarde la télé 4 heures par jour. Ren, son jumeau, se contente de la moitié. Henri a 2 fois plus de chances de mourir d'un infarctus que Ren. Chaque mois, les revues scientifiques internationales publient des dizaines de résultats de ce genre. Pour les spécialistes, dont fait partie l'auteur, il n'y a plus de doute : la télévision est un flau.

Elle exerce une influence profondément négative sur le développement intellectuel, les résultats scolaires, le langage, l'attention, l'imagination, la créativité, la violence, le sommeil, le tabagisme, l'alcoolisme, la sexualité, l'image du corps, le comportement alimentaire, l'obésité et l'espérance de vie. Ces faits sont liés avec un aplomb fascinant par l'industrie audiovisuelle et son arme d'experts complaisants. La stratégie n'est pas nouvelle : les cigarettiers l'avaient utilisée, en leur temps, pour contester le caractère cancérogène du tabac... Michel Desmurget est docteur en neurosciences. Après avoir fréquenté plusieurs grandes universités américaines (MIT, Emory, UCSF), il est aujourd'hui directeur de recherche à l'INSERM. Il est l'auteur de *Mad in USA* (Max Milo, 2008).