

Patrick Le Layet le cerveau disponible *

Françoise Bloch
Socio-anthropologue,
chercheur au CNRS- GRS-Lyon 2
Septembre 2004

Semblent faire scandale, en cet été 2004, les déclarations de Patrick Le Lay, dévoilées par Pierre Marcelle¹ : « *pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont pour vocation (...) de le détendre pour le préparer entre deux messages publicitaires* »-. Provocation ou cynisme dans un pays où la moyenne des français² passent plus de 3 heures devant leur écran de télévision ? Il semble bien que ce message qui ne nous était pas destiné mais l'était à ceux qui financent la publicité, touche néanmoins un point souvent occulté mais néanmoins crucial que Mr Patrick Le Lay ne pouvait pas ignorer.

Outre l'hypocrisie, voire la schizophrénie sociale, qui consiste à privilégier l'augmentation de la croissance par la consommation pour « créer des emplois », en tirer un bénéfice substantiel en termes d'impôts indirects et directs, mais en même temps s'offusquer que cette consommation soit l'objet d'une manipulation des besoins par la publicité, nous sommes face à un enjeu de grande ampleur car désormais ceux qui sont principalement la cible de la publicité sont les enfants ! Or essentiellement centrée sur la violence de certaines émissions qui provoquerait, en retour, celle des enfants ou adolescents, la critique de la TV ne doit pas s'arrêter au contenu des émissions qu'elle propose voire impose ni à la publicité qu'elle distille même si le discours de Patrick Le Lay en est l'illustration parfaite. Se trouve en effet totalement occultée la partie technique et technologique des écrans qui nous entourent et modèlent désormais notre vie quotidienne tant au travail que dans la sphère privée et bien sûr celle de nos enfants ! La séparation des disciplines scientifiques et l'importance accordée au seul contenu des émissions – les images et leur sens – nous auraient-elles fait passer à côté des effets purement technologiques dont Hans Jonas nous invitait, voici déjà presque trente ans, à nous méfier³ ?

Si certains intellectuels (essentiellement des psychologues) s'interrogent depuis de nombreuses années sur les méfaits de la télévision singulièrement sur les enfants, mobilisent la psychanalyse et démontrent combien la télévision a des effets sur le symbolique⁴, c'est à dire sur le langage et son sens, argumentent qu'il suffirait de « commenter les images »⁵ aux enfants qui sont « scotchés » devant l'écran bien souvent en l'absence de leurs parents, nul ne s'était interrogé sur les effets tout simplement techniques et technologiques des écrans dont nous sommes devenus dépendants. Simple effet de la division du travail scientifique ou de la dévalorisation constante de l'enseignement et des connaissances techniques en France ? Ou

¹ *Libération*, 17 juillet 2004

² Moyenne qui, comme chacun sait ou ne sait pas, ne dit rien des écarts à la moyenne, les groupes sociaux n'étant évidemment pas « égaux » face aux autres « loisirs » que la société est susceptible de leur procurer.

³ Hans Jonas, 1990, *Le principe responsabilité*, Editions du Cerf (1^{ère} édition allemande en 1973)

⁴ Dany Robert Dufour, 2003, *L'art de réduire les têtes. Sur la nouvelle servitude de l'homme libéré à l'ère du capitalisme total*, Denoël.

⁵ Serge Tisseron, 2002, *Bienfaits des images*, O. Jacob

bien complicité des médias- voire des politiques - avec leurs financeurs ? Il ne m'appartient pas d'en juger ici mais il me semble effectivement urgent de nous interroger sur les effets nocifs des écrans sur la santé des humains et tout particulièrement sur celle des enfants dont la TV et autres consoles de jeu ou ordinateurs sont devenus les compagnons de solitude ou de jeu que leurs parents travaillent ou ...pas. Le nombre de familles qui « mangent » devant la TV ou y laissent leurs enfants est effectivement devenu impressionnant. C'est l'observation que j'ai pu faire sur mon dernier terrain de recherche : de nombreux enfants mangent désormais, et souvent seuls, devant la TV et certains bébés, dès 6-7 mois sont déjà « accrocs » à l'écran de TV devant lequel les « posent » leurs parents. Au risque de déplaire, pour de nombreux parents la télévision est devenue la meilleure « baby sitter », la moins coûteuse aussi et, pour beaucoup d'enfants, singulièrement de milieux populaires, le seul mode de socialisation et la seule « fenêtre » sur un monde devenu de plus en plus violent et mercantile.

Un documentaire-fiction helvético-belge⁶ sorti récemment nous fournit quelques éclaircissements sur cette polémique engagée à son insu par le PDG de TF1 et nous éclaire sur les effets (et méfaits) de la télévision, versus technologie. Peter Entell, le réalisateur, et son acolyte Luc Mariot partent d'une observation extrêmement simple : comment et pourquoi une enfant de 4 ans devient-elle soudainement incontrôlable lorsque ses parents éteignent la TV qu'elle regarde avec assiduité et fascination ? S'interrogeant sur le comportement soudainement colérique de cet enfant, ils mobilisent toutes les ressources documentaires existantes et s'engagent dans une recherche indépendante et minutieuse en parcourant le monde occidental pour comprendre les méfaits de la télévision sur l'humain. Suivons-les !

Leurs premières investigations les conduisent au Japon, à l'hôpital Joshi Idai où, en 1997, plus de 600 enfants ont été hospitalisés suite à des convulsions survenues après avoir regardé un dessin animé de Pokémon ! Les médecins hospitaliers japonais autorisent nos enquêteurs à consulter les encéphalogrammes de ces enfants : ceux-ci montrent l'hypersensibilité de certains d'entre eux aux effets de la lumière et donc aux ondes produites par la télévision lors de la visualisation du dessin animé incriminé.

Puis nos investigateurs sont conduits successivement à rencontrer toute une série d'acteurs plus ou moins influents dans le monde médiatique, industriel et « scientifique » : des médecins japonais, le directeur de la TV japonaise, les fabricants de téléviseurs européens, les acteurs du temple de la production publicitaire US - General Electric⁷ - puis finalement, des chercheurs américains qui depuis les années 60 ont travaillé sur les effets de l'écran cathodique sur le cerveau humain. Ces recherches financées par l'industrie publicitaire US et la CIA conduisent nos acolytes, chez le chercheur le plus emblématique en psychologie (???) dont les travaux font référence dans le monde bien clos de l'industrie publicitaire, Herbert Krugman⁸.

⁶ *The Tube*, 2003, Peter Entell(réalisateur) avec Luc Mariot, journaliste à la TSR (télévision suisse romande).

⁷ Rappelons que General Electric, outre la place que cette entreprise occupe dans Advertising Research Foundation, est l'actionnaire principal de NBC, chaîne de TV américaine la plus écoutée et regardée.

⁸ Herbert Krugman, psychologue, puis directeur de la recherche sur l'opinion publique chez Advertising Research Foundation (ARF - le centre de la recherche publicitaire US), aujourd'hui retraité, vit dans le Connecticut. Il est le premier à avoir démontré à la fin des années 60 l'influence des écrans cathodiques sur le cerveau humain. Financé par ARF dont il fut aussi administrateur, il ancre précisément ses recherches dans la lutte contre le communisme de la fin des années 50 : alliance du politique, de l'économique et de la recherche, belle association qui semble faire rêver certains de nos chercheurs et politiciens français si admiratifs du mode de financement de la recherche US !

En effet, depuis la fin des années 60, de nombreuses recherches ont été effectuées aux USA par des psychologues et des neurobiologistes sur les effets de la télévision sur le cerveau humain, recherches que Patrick Le Lay bien entendu connaissait et dont sa pratique publicitaire comme ses propos se sont largement inspirés. Peut-on reprocher à un grand serviteur du capital d'être ce qu'il est et d'utiliser à « bon escient » ce que tous les publicitaires savent depuis des années même s'ils feignent de l'ignorer ?

Premier acte : entrons dans le détail de la démonstration de Peter Entell. Tout d'abord intéressons-nous aux effets de balayage de l'écran qui dépassent le problème du simple contenu des émissions : certaines images seraient nocives non par leur contenu proprement dit – même ce contenu est non négligeable bien sûr surtout lorsqu'il véhicule de la violence - mais par leurs effets neuro-biologiques sur le cerveau. Ceci suppose un détour par les caractéristiques de la production de la lumière sur l'écran cathodique que General Electric a fort bien analysées : les électrons frappent l'écran avec une tension extrême pour engendrer la lumière, dite réfléchi ou réfractée. La différence entre la lumière naturelle et la lumière réfléchi ou réfractée réside dans le fait que la seconde source lumineuse produit chez le téléspectateur un curieux sentiment, celui de se « croire » la source de cette lumière : il « devient alors l'écran » et n'a plus aucune distance par rapport aux images qu'il perçoit puisqu'il s'en croit la source et en est enveloppé. S'en suit un effet de fascination que provoquent, chez le téléspectateur, les images qu'il regarde : il suffit d'observer un enfant et la plupart des adultes face à un écran de télévision (ou d'ordinateur d'ailleurs) pour comprendre qu'ils **sont dans l'écran** qui exercent sur eux un effet de fascination et provoquent en eux un effet d'identification aux images perçues. Les publicitaires ont très bien compris les « avantages » qu'ils pouvaient en tirer et misent sur l'identification du téléspectateur aux images qu'il enregistre, nous allons le voir.... à son insu.

Nos politiques qui souhaitaient « mollement » limiter l'accès de certaines émissions aux enfants au prétexte qu'elles étaient violentes - le rapport Kriegel en témoigne⁹ - ne faisaient que la moitié du chemin. Ils omettaient les effets, sur le cerveau, de la lumière réfractée et, cerise sur le gâteau, les recherches de Krugman effectuées dans les années 60 approfondissent le propos : les ondes alpha, produites par les écrans cathodiques, placent le téléspectateur dans un état très « détendu », « relax », entre la veille et le sommeil. La lumière réfractée, associée aux ondes alpha que produisent les écrans, ont des effets physiologiques très spécifiques sur le cerveau humain : moins le téléspectateur est actif – ce qui est le plus souvent le cas lorsqu'il regarde une émission de TV – moins son cerveau « travaille » et plus les ondes alpha y ont de l'influence. Ainsi, interrogé sur la dépendance que la télévision provoque, un des responsables de General Electric, interviewé par Entell, s'exprime laconiquement : « *la TV est le moyen le moins cher, le plus rapide et le plus facile pour s'évader, mieux que n'importe quelle drogue* ». L'ordinateur n'échappe pas à ce constat et les « accros » d'Internet ont déjà fait leur apparition aux USA : ils sont traités de la même manière que les dépendants à la cocaïne... Dont acte que Patrick Le Lay résume fort bien : le cerveau est effectivement alors disponible à tout message publicitaire ! L'état de « relaxation profonde » dans lequel nous mettent les ondes alpha¹⁰ annihile toute volonté, provoque une forme d'addiction et nous fait nous comporter comme n'importe quel toxicomane en manque : premier acte dont il est facile de prendre conscience lorsqu'on

⁹ <http://merlin.obs.coe.int/iris/2003/1/article18.fr.html>

¹⁰ les ondes alpha ont comme particularité de nous placer dans un état de relaxation profonde, entre l'éveil et le sommeil, donc dans un état de très grande suggestibilité. Elles agissent sur l'humain tantôt de manière bénéfique, tantôt de manière nocive selon l'intention sous-tendue par le message ou l'image reçus .

observe combien il est difficile de se saisir de la télécommande pour arrêter une émission télévisuelle aussi stupide soit-elle !

Deuxième acte : Eric Mac Luhan, prolongeant les travaux de recherches de son père, explique : chaque côté du cerveau a sa propre fonction, le côté gauche est plutôt le centre de la parole et du rationnel, le côté droit celui des émotions ; la TV s'adresse essentiellement au côté droit du cerveau, c'est à dire à celui des émotions. Or notre individualité, notre être intime, relève aussi des émotions à laquelle la culture occidentale accorde une valeur essentielle même si nous sommes censés être des « êtres rationnels ». Eric Mac Luhan n'hésite pas à déclarer que nous sommes en train de perdre ces capacités de *sensibilité humaine* dans la mesure où la « culture » qui nous est « distillée » est une culture de masse – je rajouterai de plus en plus uniforme mondialement – et qu'elle nous coupe de toute expérience et interaction concrètes.

Pour résumer ces différents constats : peut-on en même temps développer son intelligence sensible en étant rendu insensible à ce que le monde nous distille, en quelque sorte en « dormant » ? peut-on raisonner convenablement lorsque ce qui nous est distillé plusieurs heures par jour s'adresse à nos émotions et non à notre intelligence raisonnable ? Hypnotisés par les écrans qui nous environnent, comme l'est un renard par le faisceau lumineux des phares d'une automobile, nous perdons tout à la fois notre capacité de raisonnement et notre capacité sensible. Ceci a un nom : une entreprise de manipulation de type totalitaire qui se glisse subrepticement dans nos esprits en nous endormant gentiment ! La méthode est « douce » puisqu'elle nous endort, elle est redoutable dans les effets qu'elle peut avoir sur notre capacité de penser, d'agir et de sentir. Le PDG de TF1 n'est donc pas un provocateur : sa langue a simplement fourché. Son discours ne nous était pas destiné : il l'était à ses financeurs. Nous savons maintenant à quoi nous en tenir.

La question reste de savoir comment nos politiques, si sensibles à la consommation des citoyens que nous sommes « pour servir la croissance » , vont réagir à de telles informations qu'ils n'ignoraient certainement pas : ils ont assez de conseillers pour les en informer... D'ignorants présumés, seraient-ils complices de l'entreprise de déshumanisation en cours ? Ne nous demandons donc plus pourquoi tant d'enfants sont de simples consommateurs boulimiques d'écrans et d'objets de consommation courante, pourquoi ils « zappent » d'une chose à l'autre, développent à la fois une hyper-agitation et nervosité, mais en même temps une sorte d'insensibilité apparente aux violences qui leur sont montrées : ils sont sous influence, en état de dépendance comme n'importe quel toxicomane ; ils y perdent leur capacité de subjectivation – penser, sentir et agir – lorsqu'ils n'ont comme seul interlocuteur que ces écrans cathodiques. Les enfants dits « hyper-actifs », obèses, ou rebelles à tout apprentissage et acquisitions de connaissances leur permettant de se saisir de la compréhension du monde, vont se multiplier face à une telle entreprise de manipulation de la subjectivité humaine.

** Article proposé au journal Libération en septembre 2004 et refusé par le responsable de la rédaction de la page Rebonds, Jean Michel Helvig, ainsi qu'au Monde qui l'a aussi refusé : sans motif !*