

3 netflix, youtube... : les contenus sans fin enfièvrent toujours plus notre cortex visuel

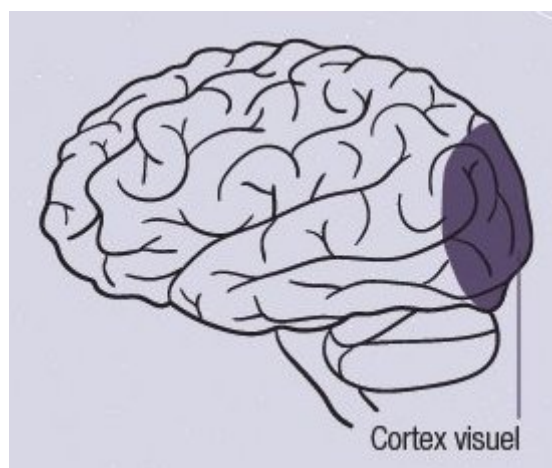


Par Rédaction Science&Vie

Le 25 avr 2018 à 00h00 - mis à jour 08 oct 2018 à 13h38 | 4 min de lecture

Les systèmes sensoriels saturés et leurrés

Le flux continu des vidéos ou les fils infinis d'actualités brouillent nos repères sensoriels, qui pourraient nous inciter à stopper la consommation d'écrans : notre aire visuelle, à l'arrière du crâne, est trompée.



Ces vidéos You Tube et ces épisodes Netflix qui s'enchaînent automatiquement, après un rapide compte à rebours ; l'appli Uber qui fait miroiter la course suivante à ses chauffeurs ; ces fils d'actualité qui n'en finissent plus d'envoyer des infos en continu ou ces contenus pléthoriques n'affichant aucune indication de temps de lecture...

L'architecture même des plate-formes est pensée pour engager notre cerveau dans une continuité narrative ou émotionnelle, sans le moindre effort cognitif. Une véritable immersion : *"En enchaînant ainsi les vidéos, le temps de reprise de contact avec le monde extérieur à l'écran est supprimé, analyse Jean-Philippe La-chaux, chercheur à l'unité de Dynamique cérébrale et cognition (Lyon).*

Le design de ces interfaces est pensé pour occuper les esprits et créer des poches d'attention, comme le font les magiciens ou les pickpockets. " Même s'il ne faut pas négliger la qualité des

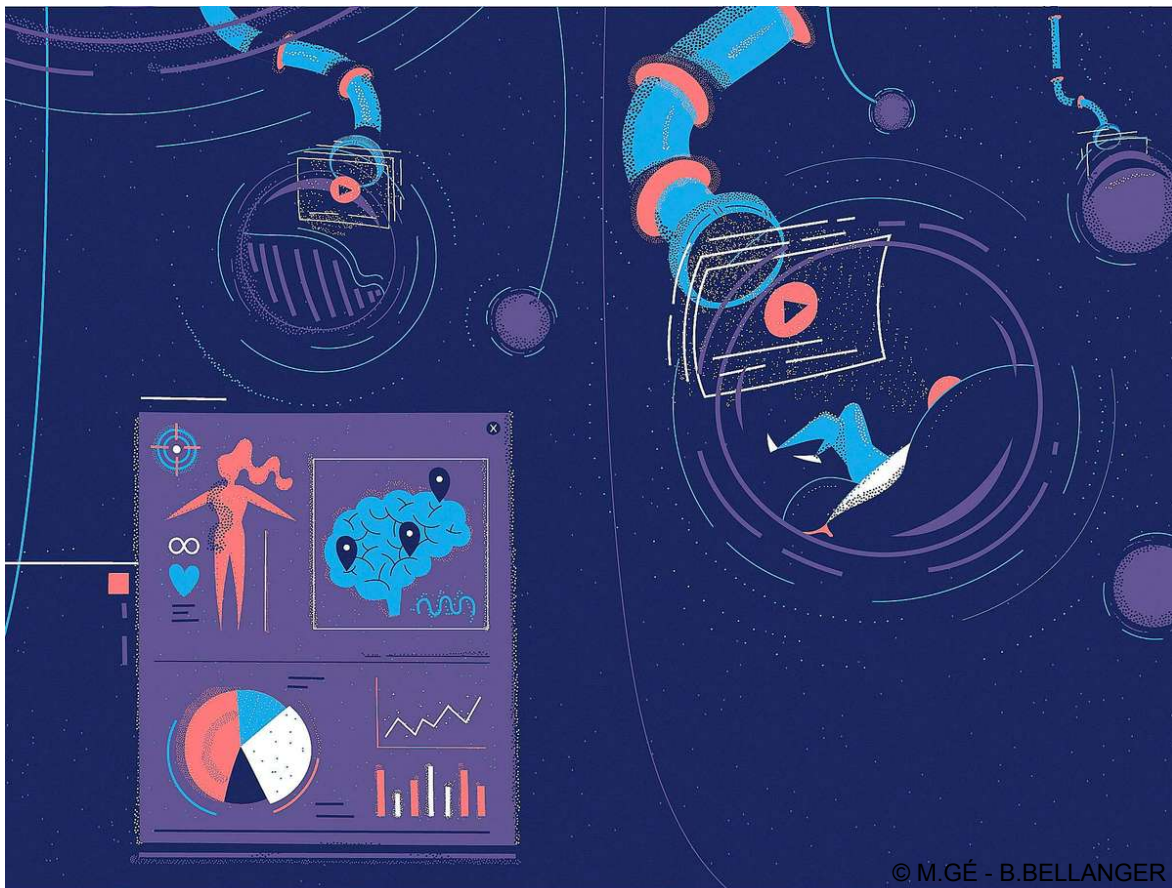
contenus et le talent des scénaristes qui savent vous embarquer dans une histoire et créer un suspense insoutenable...

Aucune étude poussée de neuropsychologie n'a encore été conduite sur les utilisateurs de services en *streaming* qui enchaînent les épisodes de série ; au-delà de trois films visionnés à la suite, on parle de "*binge watching*". Mais cette gloutonnerie évoque clairement une expérience de psychologie menée en 2005 à l'université Cornell, auprès de 54 cobayes amenés à... manger de la soupe : une moitié des participants s'alimentaient dans des bols normaux tandis que les autres soupaient, sans le savoir, au creux d'un ingénieux système de bol se remplissant progressivement par le fond - tout comme les vidéos ou les actualités s'enchaînent automatiquement.

IRRÉSISTIBLE IMMERSION

Résultat ? Le second groupe avait consommé 73 % de plus de soupe que le premier, sans même s'en rendre compte, et sans se sentir plus repus que ceux qui mangeaient dans des bols normaux ! *"Cela démontre que nous utilisons des indices visuels présents autour de nous pour savoir quand nous devons nous arrêter, qu'il s'agisse de nourriture ou d'autre chose, relève Brian Wansink, l'un des auteurs de cette étude. Si ces signaux visuels sont occultés, nous avons tendance à continuer bien au-delà du point où l'appétit est satisfait."* Cette stratégie s'avère d'autant plus efficace pour les écrans qu'elle est assistée par de puissants algorithmes capables de déterminer, à partir de vos données de navigation, la vidéo ou l'information la plus pertinente et attirante à vous délivrer... Et cette immersion risque d'être encore plus irrésistible lorsque les casques de réalité virtuelle seront généralisés - le fabricant des casques Oculus a été racheté en 2014 par Facebook...

Les concepteurs d'interfaces s'intéressent aussi de près à la mécanique des jeux vidéo, capables par moments de plonger les *gamers* dans un état psychologique de plein engagement, de concentration maximale et d'accomplissement total : ce que l'on appelle le " *flow* ", un état connu aussi des athlètes de haut niveau. *"Il faut trouver un équilibre optimal entre les compétences de la personne et le niveau de difficulté de la tâche qui lui est proposée, et l'informatique résout très bien cette question, souligne Georg Grön, neurologue spécialiste du sujet à l'Université d'Ulm. Les personnes qui vivent le flow voient baisser l'activité de leur cortex préfrontal médian et de l'amygdale : c'est qu'il y a moins de raisonnement ou de ruminations sur soi, et moins de fardeau lié aux émotions. Vous avez l'impression de vous concentrer sans faire d'effort... et cela peut vous motiver à jouer encore et encore."* Pas de doute : notre cerveau adore.





Tweeter 

[3 netflix, youtube... : les contenus sans fin enfièvent toujours plus notre cortex visuel](#)

PARTAGER CET ARTICLE

SUR LE MÊME SUJET

N°1208

à la une

© Tous droits réservés