

ACCROS AUX ÉCRANS, la grande manip'

PAR CAMILLE BESSE ET ÉRIC LA BLANCHE

Utiliser un écran, c'est comme jouer avec une machine à sous, vous savez comment ça fonctionne : une pièce, puis une autre... puis on ne peut plus s'arrêter. À chaque utilisation, on se demande ce qu'on va obtenir, ce qui provoque une excitation... et une imperceptible décharge de dopamine, hormone de la récompense.

Additionnés et répétés, ces petits « shoots » finissent par rendre notre cerveau complètement dépendant.



D'ailleurs, reliés à un distributeur de dopamine, les rats de laboratoire appuient compulsivement jusqu'à... se laisser mourir d'épuisement.

Utiliser un smartphone, c'est exactement la même chose !



Chacune de ses manifestations a été conçue pour attirer notre attention et nous donner une petite décharge de dopamine. C'est comme ça qu'il nous rend accros.

Et tout ça, c'est la faute à Groupmf. Mais revenons en arrière.



À la préhistoire, pour Groupmf, repérer un mouvement (un lion ?), un bruit (un ours ?) ou un fruit mûr dans un arbre était une assurance vie.

Au fil de l'évolution, les individus qui ne réagissaient pas aux bruits et aux trucs qui bougent, surtout les rouges, ont peu à peu été éliminés.



Résultat, aujourd'hui, notre cerveau (qui n'a pas évolué depuis l'époque de Groumpf, environ 300 000 ans) est configuré pour réagir à un truc qui apparaît sur un écran et qui fait du bruit !



Ces petits shoots, conçus au départ pour récompenser la recherche de sécurité, de nourriture et de partenaires sexuels, ont été détournés par les entreprises de l'Internet pour capter notre attention.

C'est pourquoi les notifications sont rouges ! Leur son, leur design et la façon dont elles s'affichent ont été testés pour être ir-ré-sis-tibles. Les publicitaires étudient cela depuis longtemps.



Par exemple, ils savent que, comme animaux sociaux, nous avons un besoin vital de nous exprimer pour pouvoir coopérer, car...



...seuls, nous ne valons pas grand-chose. Alors, à chaque fois que nous communiquons, notre cerveau nous récompense : shoot de dopamine.



De même, les likes agissent comme des compliments, notre cerveau en raffole. Ils nous indiquent que d'autres personnes sont « amies » et « partagent » nos idées. C'est pourquoi les réseaux les encouragent.



De même, notre cerveau a naturellement peur de manquer quelque chose, une info ou une ressource vitales.



C'est pourquoi ignorer une sollicitation, un SMS ou un appel nous stressent, enfin parfois.



Notre peur de manquer est instinctive et s'appelle le Fomo (*fear of missing out*). Beaucoup de sites la mettent à profit, comme la curiosité, qui est également une fonction essentielle à la survie.



L'évolution nous a dotés d'un système de satiété : quand nous avons obtenu ce que nous voulions, repas, acte sexuel, sommeil, nous passons généralement à autre chose. Sauf que certains programmes sont conçus exprès pour empêcher ces systèmes de fonctionner... Exemple :



La dépendance à ces appareils est telle que, pour notre cerveau, ils deviennent comme une partie de nous-mêmes.

D'ailleurs, quand la sonnerie de notre téléphone retentit, notre cerveau réagit comme si quelqu'un prononçait notre prénom.



Et sa seule présence sur une table devant nous, même éteint, dégraderait significativement nos performances cognitives en nous mettant en situation de tension.

En résumé, pour nous exposer aux annonces publicitaires avec lesquelles ils gagnent des milliards, les géants de l'Internet n'ont besoin que d'une seule chose : notre attention.



Pour la capter, ils savent parfaitement manipuler notre circuit de la récompense, quitte à nous rendre volontairement dépendants. Cette science s'appelle la captologie. La conclusion, c'est vous qui la faites. ●

lesse + la Blanche