

# **La télé nuit-elle à votre santé ?**

Sébastien Bohler

DUNOD

Une première édition de cet ouvrage est parue en 2008 sous le titre « 150 petites expériences de psychologie des médias pour mieux comprendre comment on vous manipule ».

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.</p> <p>Le Code de la propriété intellectuelle du 1<sup>er</sup> juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements</p> | <p>d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.</p> <p>Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



© Dunod, Paris, 2008 et 2010 pour la nouvelle édition

ISBN 978-2-10-055676-2

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

# Table des matières

|                                                                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Avant-propos</b>                                                                                                                                            | <b>IX</b> |
| <b>Chapitre 1 Médias et croyances</b>                                                                                                                          | <b>1</b>  |
| 1. Pourquoi croit-on les informations reprises en boucle dans les journaux télévisés ?                                                                         | 9         |
| 2. Pourquoi êtes-vous persuadé que la grippe aviaire va éclater lorsque vous voyez des reportages de poulets incinérés ?                                       | 11        |
| 3. Pourquoi êtes-vous persuadé(e) que vous allez être agressé(e) par un psychopathe lorsque vous venez de regarder les informations ?                          | 16        |
| 4. Pourquoi êtes-vous frustré de zapper ?                                                                                                                      | 18        |
| 5. Pourquoi votre enfant est-il agressif après avoir vu <i>L'Arme fatale</i> ?                                                                                 | 21        |
| 6. Pourquoi arrêtez-vous de manger de la viande en lisant les titres des journaux ?                                                                            | 25        |
| 7. Pourquoi n'arrivez-vous pas à éteindre la télévision ?                                                                                                      | 28        |
| 8. Pourquoi avez-vous envie d'enfermer tous les délinquants après avoir lu un reportage sur la menace terroriste ?                                             | 31        |
| 9. Pourquoi continue-t-on de croire que l'explosion de l'usine AZF était due à un attentat ?                                                                   | 34        |
| 10. Pourquoi les médias parlent-ils plus de la mort d'une famille dans un incendie à Paris que de 1 000 Indiens décédés dans un accident de train à Calcutta ? | 37        |
| 11. Pourquoi préférez-vous donner au Téléthon qu'à la fondation de l'abbé Pierre ?                                                                             | 41        |
| 12. Pourquoi la mort d'un père et de son fils dans un manège est-elle relayée dans tous les journaux ?                                                         | 43        |
| 13. Pourquoi trouvez-vous le journaliste mieux informé que l'homme politique à qui il pose des questions ?                                                     | 46        |
| 14. Pourquoi les journaux parlent-ils plus de la disparition d'une fillette dans sa chambre d'hôtel que du décès de 10 passagers dans un accident d'autocar ?  | 48        |
| 15. Pourquoi les journaux, radios et télévisions consacrent-ils toujours un reportage au gagnant du Loto ?                                                     | 51        |
| 16. Pourquoi la presse influe-t-elle sur l'issue des procès ?                                                                                                  | 54        |

## **Chapitre 2 Les médias et la politique** **57**

17. Pourquoi un président omniprésent à la télévision, à la radio et dans les journaux bénéficie-t-il (provisoirement) d'une bonne popularité ? **64**
18. Pourquoi certaines personnalités grimpent-elles sans raison dans les sondages ? **66**
19. Pourquoi les sondages se trompent-ils ? **70**
20. Pourquoi ne supportez-vous pas le discours de certains candidats politiques ? **72**
21. Pourquoi les émissions de divertissement nuisent-elles à la politique ? **77**
22. Pourquoi ne croyez-vous pas aux mesures de protection de l'environnement annoncées par un responsable politique ? **80**
23. Pourquoi êtes-vous persuadé que ce député dont parlent tous les journaux a touché des pots-de-vin ? **83**
24. Pourquoi trouvez-vous certains articles de presse « tendancieux » ? **87**
25. Pourquoi le candidat communiste lève-t-il la main en l'air quand il veut faire monter le pouvoir d'achat ? **89**
26. Pourquoi un chef d'État a-t-il l'air tolérant lorsqu'il pose à côté d'un chanteur grand public ? **93**
27. Pourquoi les journaux présentent-ils les affrontements politiques comme des affiches de boxe ? **95**
28. Pourquoi les hommes politiques passent-ils leur temps à critiquer leur adversaire ? **99**
29. Pourquoi trouvez-vous les politiques « tous pourris » ? **101**
30. Pourquoi le Président semble-t-il convaincant lors de ses vœux à la nation ? **105**

## **Chapitre 3 La publicité dans les médias** **107**

31. Pourquoi achetez-vous la marque de bière qui vient dans une publicité juste avant votre série préférée ? **115**
32. Pourquoi êtes-vous prêt à acheter une voiture coûteuse après un documentaire sur les accidents de la route ? **119**
33. Pourquoi a-t-on envie d'acheter une grosse berline après avoir vu une publicité où des hommes courent en short après une voiture ? **122**

|                                                                                                                                |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 34. Pourquoi les publicités montrent-elles parfois des modèles automobiles ressemblant à des êtres humains ?                   | <b>126</b> |
| 35. Pourquoi les publicités sont-elles parfois précédées par des cascades de pièces de monnaie ?                               | <b>129</b> |
| 36. Pourquoi le rythme des images est-il si rapide dans les pages de publicité ?                                               | <b>132</b> |
| 37. Pourquoi avez-vous envie de commander une pizza après les publicités du soir ?                                             | <b>136</b> |
| 38. Pourquoi votre enfant veut-il aller chez McDonald's après avoir regardé la télé ?                                          | <b>138</b> |
| 39. Pourquoi votre petit garçon veut-il à tout prix cette console de jeux après avoir vu Thierry Henry en faire la publicité ? | <b>140</b> |
| 40. Pourquoi avez-vous envie d'une bonne barre chocolatée en voyant des femmes ultra-minces dans les publicités ?              | <b>142</b> |
| 41. Pourquoi avez-vous envie de cet objet complètement inutile vu dans une émission de télé-achat ?                            | <b>147</b> |
| 42. Pourquoi retient-on plus facilement les publicités pour les grandes marques ?                                              | <b>150</b> |
| 43. Pourquoi achetez-vous cette marque de lessive après l'avoir vue dans une publicité qui passe votre chanson préférée ?      | <b>153</b> |
| 44. Pourquoi appelez-vous le service de renseignements téléphoniques dont la mélodie a été passée dans une publicité ?         | <b>156</b> |
| 45. Pourquoi une publicité pour des vêtements montre-t-elle des oiseaux mazoutés ?                                             | <b>158</b> |
| 46. Pourquoi êtes-vous charmé par une publicité qui vous rappelle votre enfance ?                                              | <b>161</b> |
| 47. Pourquoi les pubs font-elles rire ?                                                                                        | <b>164</b> |
| 48. Pourquoi l'animateur dit-il : « La suite après la pub... » ?                                                               | <b>166</b> |

## **Chapitre 4 Le divertissement** **169**

|                                                                                                           |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 49. Pourquoi méprisez-vous la presse <i>people</i> et... pourquoi la lisez-vous ?                         | <b>173</b> |
| 50. Pourquoi les célébrités passent-elles leur temps à dénoncer les injustices commises de par le monde ? | <b>177</b> |
| 51. Pourquoi êtes-vous captivé par l'émission « À prendre ou à laisser » ?                                | <b>181</b> |

|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 52. Pourquoi l'animateur le plus populaire de France a-t-il un visage de poupon ?                                                | 184 |
| 53. Pourquoi les émissions de type « nature et découverte » ont-elles tant de succès ?                                           | 186 |
| 54. Pourquoi le magazine <i>Playboy</i> montrait-il des femmes aux tailles étroites et aux hanches larges dans les années 1960 ? | 190 |
| 55. Pourquoi la « Star Academy » massacre-t-elle les chansons du répertoire classique français ?                                 | 193 |
| 56. Pourquoi l'animatrice du « Maillon faible » a-t-elle l'air si dominatrice ?                                                  | 196 |
| 57. Pourquoi les avant-programmes de télévision sont-ils souvent plus alléchants que les programmes ?                            | 198 |

## **Chapitre 5 Les réactions épidermiques** **203**

|                                                                                          |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 58. Pourquoi préférez-vous regarder le journal télévisé de la première chaîne ?          | 207 |
| 59. Pourquoi ne supportez-vous pas que le journaliste coupe la parole à son invité ?     | 210 |
| 60. Pourquoi trouvez-vous que cet animateur de télé a une « sale tête » ?                | 213 |
| 61. Pourquoi Monsieur X a-t-il l'air si crédible lorsqu'il parle de contre-espionnage ?  | 215 |
| 62. Pourquoi avez-vous envie de chips en regardant le film <i>Seven</i> ?                | 218 |
| 63. Pourquoi les gens parlent-ils si vite sur les chaînes ou les radios d'informations ? | 221 |
| 64. Pourquoi n'arrêtez-vous pas de fumer après avoir vu une publicité anti-tabac ?       | 224 |

## **Pour en savoir plus** **229**

## **Index** **241**

## Avant-propos

- Pourquoi zappons-nous en permanence devant notre télévision ?
- Pourquoi lisons-nous la presse *people* ?
- Pourquoi aime-t-on manger des chips en regardant un film d'angoisse ?
- Pourquoi a-t-on peur de voir déferler la grippe aviaire lorsqu'on a regardé les informations ?
- Pourquoi retient-on plus facilement les publicités pour les grandes marques ?
- Pourquoi ne supportez-vous pas que le journaliste coupe la parole à son invité ?
- Pourquoi certains hommes politiques sont-ils omniprésents dans les médias ?
- Pourquoi l'animatrice du « Maillon faible » semble-t-elle si dominatrice ?

Nos comportements devant la télé, la radio ou la presse écrite obéissent en grande partie à des mécanismes inconscients. Ainsi, le simple fait de manger des chips en regardant un film d'angoisse vient du fait que notre cerveau associe la peur à un besoin de matières grasses...

De même, les publicités utilisent des « trucs » très efficaces pour nous faire apprécier certains produits : par exemple, présenter une automobile comme un être humain, avec un caractère, un « visage », etc. Des études de psychologie montrent que ces recettes activent des ressorts de notre inconscient qui peuvent modifier nos comportements à notre insu.

Ce livre, en retraçant 150 expériences effectuées en laboratoire ou en conditions réelles, détaille les méthodes utilisées par la presse ou le petit écran pour façonner nos goûts, nos préférences, nos haines ou nos envies. Une manipulation de masse, à la portée de chacun.

Un livre... pour être moins dupe du discours médiatique !

# 1 Médias et croyances



---

## Sommaire

- 1** Pourquoi croit-on les informations reprises en boucle dans les journaux télévisés ?  
*Rapidité de l'information et crédulité* ..... 9
  - 2** Pourquoi êtes-vous persuadé que la grippe aviaire va éclater lorsque vous voyez des reportages de poulets incinérés ?  
*L'heuristique de disponibilité* ..... 11
  - 3** Pourquoi êtes-vous persuadé(e) que vous allez être agressé(e) par un psychopathe lorsque vous venez de regarder les informations ?  
*Le syndrome du grand méchant monde* ..... 16
  - 4** Pourquoi êtes-vous frustré de zapper ?  
*Les coûts d'opportunité* ..... 18
  - 5** Pourquoi votre enfant est-il agressif après avoir vu *L'Arme fatale* ?  
*Télévision et désinhibition de la violence* ..... 21
  - 6** Pourquoi arrêtez-vous de manger de la viande en lisant les titres des journaux ?  
*Terminologie journalistique et peur de la vache folle* 25
  - 8** Pourquoi n'arrivez-vous pas à éteindre la télévision ?  
*Réflexe d'orientation et dépendance télévisuelle* ..... 28
  - 8** Pourquoi avez-vous envie d'enfermer tous les délinquants après avoir lu un reportage sur la menace terroriste ?  
*Menace terroriste et besoin d'ordre* ..... 31
-

---

|           |                                                                                                                                                                   |    |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>9</b>  | <b>Pourquoi continue-t-on de croire que l'explosion de l'usine AZF était due à un attentat ?</b>                                                                  |    |
|           | <i>L'exposition sélective à l'information</i>                                                                                                                     | 34 |
| <b>10</b> | <b>Pourquoi les médias parlent-ils plus de la mort d'une famille dans un incendie à Paris que de 1 000 Indiens décédés dans un accident de train à Calcutta ?</b> |    |
|           | <i>Le phénomène du mort kilométrique</i>                                                                                                                          | 37 |
| <b>11</b> | <b>Pourquoi préférez-vous donner au Téléthon qu'à la fondation de l'abbé Pierre ?</b>                                                                             |    |
|           | <i>Culpabilité et altruisme</i>                                                                                                                                   | 41 |
| <b>12</b> | <b>Pourquoi la mort d'un père et de son fils dans un manège est-elle relayée dans tous les journaux ?</b>                                                         |    |
|           | <i>Cruauté et voyeurisme</i>                                                                                                                                      | 43 |
| <b>13</b> | <b>Pourquoi trouvez-vous le journaliste mieux informé que l'homme politique à qui il pose des questions ?</b>                                                     |    |
|           | <i>L'erreur fondamentale d'attribution</i>                                                                                                                        | 46 |
| <b>14</b> | <b>Pourquoi les journaux parlent-ils plus de la disparition d'une fillette dans sa chambre d'hôtel que du décès de 10 passagers dans un accident d'autocar ?</b>  |    |
|           | <i>La saturation émotionnelle</i>                                                                                                                                 | 48 |
| <b>15</b> | <b>Pourquoi les journaux, radios et télévisions consacrent-ils toujours un reportage au gagnant du Loto ?</b>                                                     |    |
|           | <i>Désirabilité des gains et biais d'optimisme</i>                                                                                                                | 51 |
| <b>16</b> | <b>Pourquoi la presse influe-t-elle sur l'issue des procès ?</b>                                                                                                  |    |
|           | <i>L'influence des médias sur la justice</i>                                                                                                                      | 54 |

---

