

LE CERVEAU CASSE LE BARACK

LE 9 SEPTEMBRE 2009 STÉPHANE FAVEREAUX

Nombre d'études portent sur les enjeux cérébraux face à l'utilisation des NTIC, tout comme ces études sur le cerveau sont également utilisées à bon ou mauvais escient par les pontes du marketing dans le but d'inciter davantage encore à la consommation... On pensera ici essentiellement au neuromarketing... Aujourd'hui, une étude anglaise montre qu'il est plus [...]

Nombre d'études portent sur les enjeux cérébraux face à l'utilisation des NTIC, tout comme ces études sur le cerveau sont également utilisées à bon ou mauvais escient par les pontes du marketing dans le but d'inciter davantage encore à la consommation... On pensera ici essentiellement au neuromarketing... Aujourd'hui, une étude anglaise montre qu'il est plus pertinent, si l'on veut développer ses capacités cérébrales, de surfer sur Facebook plutôt que sur YouTube, entre autres.

La diversité des activités proposées par ce réseau social riche de 250 millions de membres, du simple contact avec ses amis aux jeux de réflexion en passant par les activités purement sociales, pourrait avoir des effets bénéfiques sur l'un des aspects de l'intelligence lié à la réussite sociale de tel ou tel facebooker.

Hormis le fait que gérer de nombreux profils sur un nombre important de réseaux sociaux permet de faire travailler la mémoire, utiliser ces derniers oblige à stimuler sans cesse diverses zones du cerveau. Anticiper, retenir, apprendre, prévoir, programmer sont des facultés que nous mettons en place sans nous en rendre forcément compte.



A l'inverse, YouTube ou Twitter, idem Friendfeed, provoquerait sur la mémoire des effets inverses à ceux imputables à facebook. L'instantanéité des messages pourrait ne plus faire fonctionner la mémoire de la même façon : les données affluent constamment, de façon brève, sans que nous n'en ayons toujours absolument besoin, l'attention est moins requise et le cerveau ne développerait pas autant de connexions neuronales que lors d'un surfe sur FB.

Cependant, aux Etats-Unis, alors que les chercheurs seraient à deux doigts d'inciter à se balader sur FB, le Président Obama, donne aux petits américains une leçon tirée d'une baffe reçue via ces chers médias sociaux. Il rappelle à l'envi la méfiance à avoir envers Facebook bien sûr mais aussi envers l'ensemble des infos qu'ils postent sur quelque site web que ce soit. *"Pour commencer, je voudrais que vous tous fassiez attention à ce que vous postez sur Facebook parce qu'à l'époque de Youtube, quoi que vous fassiez, on vous le ressortira à un moment ou un autre de votre vie"*, dit M. Obama. *"Et quand on est jeune, on fait des erreurs, on fait des trucs idiots"*.

Visiblement Mister Président a été quelque peu courroucé alors que remontaient sur les flots et les flux de Google les propos provocateurs pas franchement pro-américains de Jeremiah Wright, pasteur de Obama... Gênant, à tout le moins pour l'homme providentiel. D'autres propos lui sont revenus en pleine poire notamment sur les Américains et leur tendance amère à tant aimer Dieu et les flingues...

Alors, faut-il s'en tenir aux études, aux précautions de Washington ? Tout cela relève-t-il de

l'anecdote ? D'un courant d'air dans la sphère de l'information ? D'un réel progrès des capacités de l'homme à développer ses capacités cérébrales mais en même temps à se méfier un TIC qui lui sont offertes ?

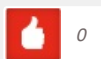
STAN

le 10 septembre 2009 - 22:45 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Sauf que les utilisateurs de FriendFeed et twitter sont également des lecteurs de blogs... (enfin en général) ;-)

VOUS AIMEZ



VOUS N'AIMEZ PAS



LUI RÉPONDRE