

LA BOÎTE À OUTILS

POUR AMÉLIORER SA **MÉMOIRE** ET SA **CONCENTRATION**

Xavier Delengaigne
Illustrations de Cyril Maitre

41

outils
clés en main

+

3

vidéos
d'approfondissement

95

exercices

1

jeu de cartes

DUNOD

Éditorial : Marie-Cécile de Vienne et Manon Housset
Fabrication : Marine Stephan
Couverture : Studio Dunod
Illustrations : Cyril Maitre
Maquette intérieure : mokmok.agency
Mise en pages : Belle Page

NOUS NOUS ENGAGEONS EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT :



Nos livres sont imprimés sur des papiers certifiés pour réduire notre impact sur l'environnement.



Le format de nos ouvrages est pensé afin d'optimiser l'utilisation du papier.



Depuis plus de 30 ans, nous imprimons 70 % de nos livres en France et 25 % en Europe et nous mettons tout en œuvre pour augmenter cet engagement auprès des imprimeurs français.



Nous limitons l'utilisation du plastique sur nos ouvrages (film sur les couvertures et les livres).

© Dunod, 2001, 2025 pour la nouvelle présentation

11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

www.dunod.com

ISBN 978-2-10-088030-0

VOUS AUSSI, AYEZ LE RÉFLEXE

Boîte à outils

Des outils
classés par
dossiers
thématiques

5
DOSSIER

IMAGE DE ET NOTORIÉTÉ

“
Être le meilleur est bien,
car tu es le premier.
Être unique est encore mieux
car tu es le seul.”

Wilson Kanadi

Une présentation
visuelle de chaque outil

Outil 33 Le Personal Branding

“
Aujourd'hui
à l'ère de l'individu,
vous devez
être votre propre
marque.”

En quelques mots

Le Personal Branding ou la gestion de sa marque personnelle est un outil de réflexion et de mise en œuvre d'actions définies visuellement à contribuer à la construction de son image personnelle. En marketing de soi, le Personal Branding est l'ensemble des moyens techniques et canaux que l'on va utiliser afin de construire son identité, se rendre visible et se promouvoir de façon pertinente et efficace. À l'instar des entreprises qui créent des marques, les individus visent à développer leur notoriété et travaillent leur image. Il est possible d'utiliser ce concept de construire et mettre en avant sa propre « marque ».

LES COMPOSANTES DE LA VALEUR DE L'EXPIÉRIENCE POUR LE CLIENT



Exercices

EXERCICE 1 : AMÉLIORER SA CONCENTRATION

- Formez les yeux, représentez-vous le chiffre 1.
- Lorsque vous le voyez clairement en pensée, effacez de votre esprit l'image du chiffre 1.
- Représentez-vous le chiffre 2. Construisez ainsi jusqu'à 10.

EXERCICE 2 : LA MÉTHODE DE « L'ÉCOUTE AVEC LE CŒUR »

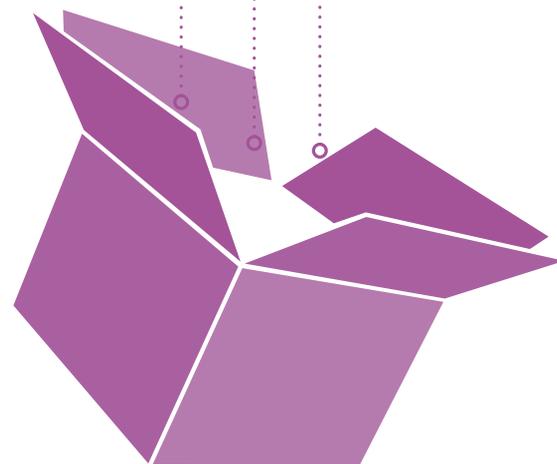
> La technique se résume en cinq questions

1. Qui s'est-il passé ?

Quelle émotion avez-vous ressentie ?

Quelle a été la plus difficile pour vous ?

Des exemples,
cas ou exercices
pour approfondir



La Boîte à outils

DES OUTILS OPÉRATIONNELS TOUT DE SUITE

MANAGEMENT / LEADERSHIP

Agilité

Dir. N. Van Laethem

Chef de projet, 4^e éd.

J. Maes, F. Debois

Conduite du changement

et de la transformation, 3^e éd.

D. Autissier, J.M. Moutot, K. Johnson, *et al.*

Gouvernance

E. Bertin, G. Plaisance

Innovation managériale

D. Autissier, E. Métails-Wiersch, J.-M. Peretti

Intelligence collective, 2^e éd.

B. Arnaud, S. Caruso Cahn

Leadership, 2^e éd.

J.-P. Testa, J. Lafargue, V. Tilhet-Coartet

Management

V. Dicecca, P. Guillou

Management à distance

S. Levillain Desmarchelier

Management transversal, 2^e éd.

J.-P. Testa, B. Déroulède

Manager de managers

A. Hamayon, J. Isore, J.-P. Testa

Manager leader, 2^e éd.

P. Bélorgey, N. Van Laethem

Organisation, 3^e éd.

B. Pommeret

Stratégie d'entreprise

Acheteur, 3^e éd.

S. Canonne, P. Petit

Analyse des données, 2^e éd.

C. Coron

Consultant, 2^e éd.

P. Stern, J.-M. Schoëtti

Design thinking, 2^e éd.

E. Brunet

De la RSE, 3^e éd.

V. Maymo, G. Murat

Digital en entreprise

Dir. C. Lejealle

Gamification, 2^e éd.

A. Duarte, S. Bru

Lean, 3^e éd.

R. Demetrescoux

Méthode OKR

L. Morisseau

Négociation, 2^e éd.

P. Stern, J. Mouton

Preuve de concept (POC)

C. Corvasce, J.-C. Rolland

Stratégie, 4^e éd.

B. Giboin

Supply chain, 2^e éd.

A. Perrot, P. Villemus

Gestion / Finance / Comptabilité

Auditeur financier, 3^e éd.

S. Boccon-Gibod, E. Vilmint

Comptabilité, 3^e éd.

B. Bachy

Conseil en gestion de patrimoine

V. Maymo, V. Rousset

Contrôle de gestion, 2^e éd.

C. Selmer

Qualité, 5^e éd.

F. Gillet-Goinard, B. Seno

Finance d'entreprise

C. Selmer

Investissement immobilier

T. Létriliart

Santé – Sécurité – Environnement, 4^e éd.

F. Gillet-Goinard, C. Monar

Ressources humaines / Formation

Bilan de compétences

N. Van Laethem

Coaching, 4^e éd.

B. Ammiar, O. Kohneh-Chahri

CSE, 2^e éd.

A.-L. Smaguine

Dialogue en entreprise

A. Stimec, A. Benitah

Digital learning

C. Coupeaux

Facilitation

E. Brunet, A. Monot

Formateurs, 5^e éd.

F. Bouchut, F. Cuisiniez, I. Cauden, *et al.*

Gestion des conflits, 2^e éd.

J. Salzer, A. Stimec

Ludopédagogie

X. Delengaigne, A.-C. Prévost, M. Rozo

Onboarding

S. Loureiro

QVCT

S. Boutet, S. Larabi, A. Motte

Ressources Humaines, 3^e éd.

A. Haegel

Télétravail

G. Epitalon, F. Gault, C. Rabineau

Marketing / Communication

Communication, 5^e éd.

B. Jézéquel, P. Gérard

Communication de crise

N. Maroun

Community manager, 2^e éd.

C. Pellerin

Conférencier, 2^e éd.

C. Morlet, B. Deloupy

Développer son activité sur le Web

P. Gastaud, S. Truphème

Écrire pour le web, 2^e éd.

M. Gani

Facebook Ads et Instagram Ads

C. Pellerin

Génération de Leads

P. Gastaud

Google Ads

C. Pellerin

IA génératives pour créer du contenu

J. Pibourret, S. Beaujault

Inbound marketing et growth hacking

S. Truphème, P. Gastaud

Instagram

C. Pellerin

LinkedIn, 2^e éd.

J. Pibourret

Marketing, 5^e éd.

N. Van Laethem, B. Durand-Mégret

Marketing digital, 2^e éd.

S. Truphème, P. Gastaud

Marketing vidéo

T. Gasio

Podcast

V. Béjot

Réseaux sociaux

C. Pellerin

SEO

B. Thiers

Stratégie digitale, 2^e éd.

C. Headley, C. Lejealle

Commercial / Relation client

Commercial, 4^e éd.

P. Bélorgey, S. Mercier

E-commerce, 2^e éd.

C. Delabre

Expérience client, 3^e éd.

L. Chabry, F. Gillet-Goinard, R. Jourdan

Libraire, 2^e éd.

C. Meneghetti, J.-C. Millois

Négociation commerciale

F. Vendeuvre, B. Lefèvre

Ouvrir son restaurant

B. Boutboul, C. Dubois

Entrepreneuriat

Business plan

M. Douchy

Création d'entreprise, éd. 2025

C. Léger-Jarniou, G. Kalousis

Crowdfunding

N. Dehorter, F. Clodic-Tanguy, M. Dubois

Freelance

S. Moran

Levée de fonds

D. Bernard, C. Tremblais, A. Magnin, *et al.*

Micro-entrepreneur, 3^e éd.

C. Selmer, J. Hellart

Efficacité / bien-être au travail

Améliorer sa mémoire

et sa concentration, 2^e éd.

X. Delengaigne, C. Maitre

Animer vos réunions, 2^e éd.

F. Gillet-Goinard, L. Maimi

Bien-être au travail, 2^e éd.

C. Huet, G. Rohou, L. Thomas

Confiance en soi, 2^e éd.

A. Leibovitz

Créativité, 3^e éd.

F. Debois, A. Groif, E. Chenevier

Développement personnel

L. Lagarde

Écrits professionnels

V. Le Broussais

Efficacité professionnelle, 2^e éd.

P. Bélorgey

Gestion du stress, 2^e éd.

G. du Penhoat

Gestion du temps, 2^e éd.

P. Bélorgey

Intelligence émotionnelle, 2^e éd.

C. Peres-Court, M.-E. Launet

Mind mapping, 3^e éd.

X. Delengaigne, M.-R. Delengaigne

Orthographe

A. Ponsorret

Pensée visuelle

C. Tsiang, B. Lhuillier

Personal Branding

S. Moran, N. Van Laethem

Prendre la parole en public

A. Leibovitz

Préparer sa retraite, 2^e éd.

Kleinbauer *et al.*

Prévenir la charge mentale

M. Abbiteboul, L. Thomas, Elce Laurent

Process Communication Model®

P. Bélorgey

Psychologie positive au travail, 2^e éd.

B. Arnaud, E. Mellet

Relaxation

L. Histel-Barontini

Résolution de problèmes complexes

A. Elviro

Santé au travail

C. Vasey

Soft skills

N. Van Laethem, J.-M. Josset

Remerciements

Un grand MERCI tout d'abord aux différents experts et passionnés de la mémoire qui ont répondu à mes questions :

- Gaël Allain, docteur en psychologie cognitive, vous livre des conseils pour alléger votre charge mentale.
- Julien Bouret, spécialiste en *soft skills*, vous rappelle l'intérêt de vivre en pleine conscience.
- Anne Duverne, experte en *knowledge management*, applique l'intelligence collective au quotidien au sein des entreprises.
- Sébastien Martinez, champion de France de la mémoire.
- Franco Masucci, spécialiste du management visuel, vous livre ses conseils pour concevoir des cartes conceptuelles.
- Benoît Rosemont, magicien, partage sa passion de la mémoire dans un spectacle de mnémoniste.
- Stéphane Sery, responsable informatique et passionné par les méthodes pour mieux s'organiser et mieux gérer son temps, a mis au point un système d'organisation personnelle millimétré sur base de méthode GTD® et de montre connectée.
- Philippe Verkindere, coach sportif, vous donne de précieux conseils pour bien utiliser votre mémoire procédurale essentielle dans la pratique sportive.

Merci à Cyril Maitre, formateur en lecture rapide, stratégies et techniques de mémorisation, mind mapping et autres outils de pensée visuelle, qui a illustré avec brio ce livre dans un style épuré et percutant.

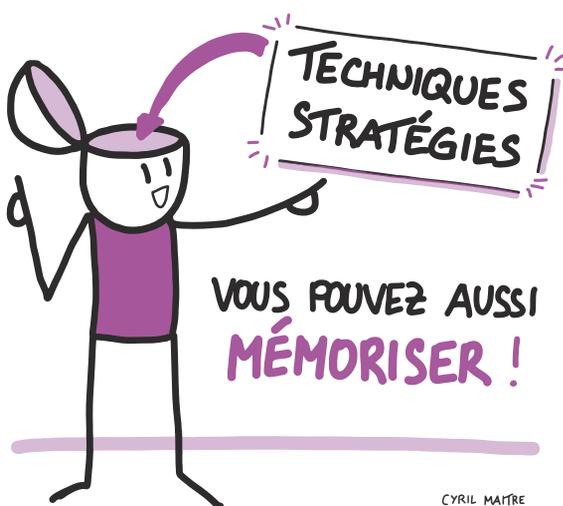
Enfin, merci à toute l'équipe éditoriale de Dunod et notamment à Odile Marion.

Avant-propos

“

Avant de chercher à augmenter la mémoire,
il faut déjà ne pas la perdre...

Alain Lieury



Depuis combien de temps avez-vous terminé vos études ? trois ans ? cinq ans ? dix ans ? plus de dix ans ? De combien de connaissances acquises durant cette période vous souvenez-vous ? Sûrement pas grand-chose... En effet, actuellement, dans le monde, la majorité des systèmes d'éducation sont basés sur la mémorisation (non pas sur le long terme, mais uniquement pour les examens). Dans son sketch « Five Minute University¹ », le Père Guido Sarducci (personnage fictif créé par le comédien américain Don Novello) imagine l'université des cinq minutes. Dans cette école, vous apprendriez en cinq minutes ce qu'un étudiant moyen se souvient cinq ans après ses études. Ça coûterait vingt dollars et le résultat serait le même ! Si désormais vous souhaitez mémoriser sur le long terme, ce livre est pour vous !

1. Sketch disponible sur YouTube.

Mémoriser et faire mémoriser, mais aussi se concentrer !

Dans le cadre professionnel, vous devez non seulement mémoriser, mais aussi faire mémoriser des informations. Vous devez par exemple mémoriser votre présentation PowerPoint, mais également la rendre mémorable pour vos collègues. Par ailleurs, vous devez aussi apprendre à vous concentrer pour mieux mémoriser et tout simplement mieux travailler. Or de nos jours, le monde technologique fondé sur le temps réel et les interactions sociales constantes favorise la dispersion mentale.

Connaître les rouages et les techniques de mémorisation vous permettra de remplir cette double mission.

Les avantages insoupçonnés d'une bonne mémoire

Disposer d'une bonne mémoire présente des avantages insoupçonnés :

- Accroître l'intelligence : comme le souligne le professeur Bernard Sablonnière dans son livre *Les Nouveaux Territoires du cerveau*, « ce qui augmente l'intelligence humaine est la capacité du cerveau à stocker en mémoire le plus grand nombre d'informations possible, et à les solliciter le plus rapidement possible, pour les comparer, les utiliser, avec une vitesse d'exécution la plus rapide possible¹. »
- Booster la créativité : la créativité n'apparaît pas *ex nihilo*. Elle a besoin d'être nourrie. Elle pioche ainsi dans vos différentes expériences, dans votre réserve de connaissances. Par ailleurs, comme le soulignent Troels Donnerborg et Jesper Gaarskjær dans leur livre *L'Homme qui se souvient de tout*, « la mémoire fonctionne comme une sorte de toile d'araignée qui attrape des nouvelles informations. Plus elle attrape, plus elle grandit. Plus elle grandit, plus elle attrape. Et plus elle devient robuste. Elle est alors simplement forte de plus d'associations – ou de “porte-manteaux associatifs” –, sur lesquelles s'accroche ce que nous mémorisons². »

Oui, vous aussi vous pouvez mémoriser ! YES, YOU CAN !

Rassurez-vous : tout le monde peut mémoriser. Vous voulez des preuves ? Le journaliste américain Joshua Foer se demandait si les champions de la mémoire ont une meilleure mémoire que nous. Il s'est entraîné avec les méthodes mnémotechniques et finalement, il a remporté le championnat de mémoire américain ! Sa conclusion : les athlètes de la mémorisation ne possèdent pas une meilleure mémoire, ils utilisent avant tout des techniques !

Sommaire des vidéos

Certains dossiers sont accompagnés de vidéos, accessibles par QR codes, qui complètent, développent ou illustrent le propos :



<http://dunod.link/edmugef>

- **Présentation de l'ouvrage (Avant-propos)**
- **Le mind mapping (outil 23)**
- **Le sketchnoting (outil 24)**

1. Bernard Sablonnière, *Les Nouveaux Territoires du cerveau*, Odile Jacob éditions, p. 40.

2. Troels Donnerborg, Jesper Grarskjær, *L'homme qui se souvenait de tout*, Premier Parallèle, 2015, p. 76.

Sommaire

	Remerciements	5
	Avant-propos	6
DOSSIER 1	COMMENT FONCTIONNE LA MÉMOIRE ?	10
	• <i>Outil 1</i> La mémoire iconique	12
	• <i>Outil 2</i> La mémoire à court terme (mémoire de travail)	16
	• <i>Outil 3</i> La mémoire sémantique	20
	• <i>Outil 4</i> La mémoire lexicale	26
	• <i>Outil 5</i> La mémoire épisodique	30
	• <i>Outil 6</i> La mémoire procédurale	34
	• <i>Outil 7</i> La mémoire prospective	36
	• <i>Outil 8</i> Les mémoires visuelles	40
	• <i>Outil 9</i> La mémoire des visages	44
	• <i>Outil 10</i> La mémoire des noms propres	46
	• <i>Outil 11</i> La mémoire des chiffres	50
	• <i>Outil 12</i> Les émotions	52
	• <i>Outil 13</i> La mémoire collective	58
	• <i>Outil 14</i> La mémoire générationnelle	62
	• <i>Outil 15</i> L'oubli	64
DOSSIER 2	DÉCUPLER SA MÉMOIRE GRÂCE AUX MÉTHODES MNÉMOTECHNIQUES	66
	• <i>Outil 16</i> La méthode des premières lettres	68
	• <i>Outil 17</i> La méthode chiffre/son	72
	• <i>Outil 18</i> La méthode chiffre/rime	76
	• <i>Outil 19</i> La méthode morphologique	80
	• <i>Outil 20</i> Le film mental	84
	• <i>Outil 21</i> La méthode des lieux	88
	• <i>Outil 22</i> La table de rappel	92
DOSSIER 3	MÉMORISER MIEUX GRÂCE AU VISUEL	96
	• <i>Outil 23</i> La carte mentale	98
	• <i>Outil 24</i> Le sketchnote	102
	• <i>Outil 25</i> La carte conceptuelle	108

DOSSIER 4	SE CONCENTRER	112
	• <i>Outil 26</i> La concentration.....	114
	• <i>Outil 27</i> Le monotasking.....	118
	• <i>Outil 28</i> Les filtres attentionnels.....	122
	• <i>Outil 29</i> La motivation.....	126
	• <i>Outil 30</i> La pleine conscience.....	128
	• <i>Outil 31</i> Le vagabondage mental.....	130
DOSSIER 5	SOIGNER SON HYGIÈNE DE VIE	132
	• <i>Outil 32</i> L'activité physique.....	134
	• <i>Outil 33</i> Le sommeil.....	138
	• <i>Outil 34</i> L'alimentation équilibrée et variée.....	140
	• <i>Outil 35</i> Désstresser.....	142
DOSSIER 6	MIEUX S'ORGANISER	146
	• <i>Outil 36</i> Alléger votre charge mentale.....	148
	• <i>Outil 37</i> L'agenda.....	152
	• <i>Outil 38</i> Se servir du Web comme mémoire externe.....	156
	• <i>Outil 39</i> Ranger.....	158
	• <i>Outil 40</i> Les (bonnes) habitudes.....	162
	• <i>Outil 41</i> La prise de notes active.....	166
	Conclusion.....	168
	Bibliographie.....	170
	Webographie.....	171
	Cahier d'exercices.....	172
	Corrigés des exercices.....	187
	Jeu de cartes MNÉMO.....	192

1

DOSSIER

COMMENT FONCTIONNE LA MÉMOIRE ?

La mémoire est la sentinelle de l'esprit.

William Shakespeare

MÉMOIRE TRÈS COURT TERME



DITE MÉMOIRE
SENSORIELLE



MÉMOIRE COURT TERME



7 ± 2
INFORMATIONS

+ MÉMOIRE
DE TRAVAIL

MÉMOIRE LONG TERME



ÉVÉNEMENTS
≠ TYPES
VISAGES -ABG-
MOTS

DURÉE DE TRAITEMENT DE L'INFORMATION

CYRIL MAÎTRE

Pour bien mémoriser, vous devez d'abord apprendre comment fonctionne votre mémoire. Or, nous ne possédons pas une mais plusieurs mémoires !

Nos différentes mémoires

- La mémoire à très court terme correspond aux stimuli reçus par nos sens. On y distingue notamment les mémoires visuelle (ou iconique), auditive (ou échoïque), tactile (ou haptique). Elle est particulièrement courte. Ainsi, par exemple, la mémoire sensorielle visuelle est de l'ordre de 300 à 500 millisecondes.
- La mémoire à court terme (ou mémoire de travail) est de quelques dizaines de secondes ! Elle sert à retenir de l'information temporairement. Dans ses travaux, le psychologue Georges Miller a démontré que la mémoire à court terme contenait en moyenne 7 plus ou moins 2 éléments. Certains psychologues parlent indifféremment de mémoire à court terme et de mémoire de travail. D'autres distinguent bien les deux : la mémoire à court terme

sert à stocker de l'information temporairement. La mémoire de travail sert quant à elle à manipuler cette information stockée à court terme. En bref, la mémoire de travail serait un sous-module de la mémoire à court terme. Dans cet ouvrage, nous avons suivi la seconde option, à savoir la distinction entre mémoire à court terme et mémoire de travail.

- La mémoire à long terme emmagasine les informations sur une longue période, voire pendant toute une vie dans certains cas. Au premier abord, cela paraît simple mais la mémoire est bien plus complexe. Ainsi elle se divise en plusieurs mémoires distinctes pour les visages, pour les mots et même pour l'orthographe !

Les étapes de la mémorisation

1. L'encodage : traiter et élaborer une information pour la transformer en souvenir.
2. Le stockage : conserver les souvenirs.
3. La restitution : se rappeler et récupérer l'information.

◦ Les outils

1	La mémoire iconique	12
2	La mémoire à court terme (mémoire de travail)	16
3	La mémoire sémantique	20
4	La mémoire lexicale	26
5	La mémoire épisodique	30
6	La mémoire procédurale	34
7	La mémoire prospective	36
8	Les mémoires visuelles	40
9	La mémoire des visages	44
10	La mémoire des noms propres	46
11	La mémoire des chiffres	50
12	Les émotions	52
13	La mémoire collective	58
14	La mémoire générationnelle	62
15	L'oubli	64



Outil

1

La mémoire iconique

“

Casse-toi pauvre fonte.

Geoffrey Dorne

En quelques mots

La mémoire iconique est une mémoire sensorielle (donc à très court terme) basée sur la vue. La mémoire iconique est fugace (quelques millisecondes). Elle produit des caractéristiques pré-attentives utiles à connaître pour construire des supports de communication. Grâce à ces caractéristiques, vous pourrez non seulement attirer l'attention de votre public sur certaines informations, mais aussi créer une hiérarchie visuelle.

LES CARACTÉRISTIQUES PRÉ-ATTENTIVES DE LA MÉMOIRE ICONIQUE

CARACTÉRISTIQUES PRÉ-ATTENTIVES

SOULIGNER

ENCADRER

ESPACER

AGRANDIR

METTRE EN GRAS

LA TAILLE
DU TEXTE

CYRIL MAÎTRE



POURQUOI LA MOBILISER ?

Objectif

La mémoire visuelle ou iconique fait partie des mémoires sensorielles (celles à très court terme). Nous disposons d'une mémoire par sens : vision, ouïe, toucher, goût, odorat. Cette mémoire iconique suit des caractéristiques pré-attentives. Vous pourrez les utiliser pour construire vos supports de communication : texte, schéma, graphique, etc. Les caractéristiques pré-attentives vont vous aider à :

- diriger l'attention de votre public sur certains éléments ;
- hiérarchiser visuellement l'information (par exemple mettre en gras la titraille d'un texte).

La mémoire iconique est très rapide, quelques millisecondes. Cette rapidité proviendrait de l'évolution. En effet, pour échapper aux prédateurs, notre cerveau devait être rapide pour détecter une éventuelle attaque. La mémoire iconique transmet ensuite les informations à la mémoire à court terme. Les caractéristiques pré-attentives vont aussi permettre d'effectuer différents niveaux de lecture sur un document.

Contexte

Les caractéristiques pré-attentives seront utiles pour réaliser des supports de communication (présentation de type PowerPoint, texte pour le Web, etc.). Grâce à elles, vous en faciliterez la lecture. En effet, dans le contexte professionnel, la plupart des personnes ne lisent pas vos documents de manière exhaustive, mais pratiquent une lecture scannage/écrémage. Elles balayent votre document à la recherche d'informations spécifiques. Ajouter des caractéristiques pré-attentives à votre document en facilitera sa lecture.

Elles seront également utiles lors d'une prise de notes pour en faciliter la lecture et la compréhension. Vous pourrez les utiliser notamment pour prendre vos notes en carte mentale (voir outil 23) ou en sketchnote (voir outil 24). En effet, ces deux techniques comportent de nombreux visuels.



COMMENT L'UTILISER ?

Modalités

Pour utiliser les caractéristiques pré-attentives :

1. Réaliser votre composition : schéma, texte, infographie, etc.
2. Ajouter des caractéristiques pré-attentives.

Méthodologie et conseils

Pour appliquer les caractéristiques pré-attentives à un texte, vous pouvez souligner, mettre en gras, espacer, encadrer, agrandir la taille du texte, mettre en couleur.

En plus de ces caractéristiques, vous pouvez en ajouter d'autres, si vous ne travaillez pas sur un texte, mais sur une infographie, par exemple :

- orientation (ex. : une barre oblique dans une série de barres droites) ;
- forme (ex. : un carré parmi des barres droites) ;
- position spatiale (ex. : un trait éloigné d'une série de traits) ;
- mouvement.

Suite outil 1 →

Avant de vous lancer...

- ✓ Si possible, testez vos supports de communication avec des « cobayes » avant de les présenter. Posez-leur la question : qu'est-ce qui attire votre attention ?



COMMENT S'AMÉLIORER ?

Comment utiliser les caractéristiques pré-attentives pour mettre en forme un texte pour le Web ?

Sur un écran, la vitesse de lecture serait réduite de 25 %. Par ailleurs, sur le Web, l'internaute adopte une lecture scannage/écrémage. Il parcourt le texte à la recherche d'une information. Inclure des caractéristiques pré-attentives va donc aider le lecteur dans sa recherche. Le plus souvent, un article web contient :

- le titre : il sera écrit en plus grande taille (balise HTML h2, en gras) ;
- un chapeau : il se place au début de l'article. Il contient le qui, quoi, où, quand, pourquoi. Il est souvent en gras et éventuellement en plus grande taille (avec la balise h2) ;
- des sous-titres : en gras (avec une balise h3) ;
- un corps de texte aéré avec des liens hypertextes (et donc en couleur et soulignés).

Le biais de la surcharge informationnelle

Que se passe-t-il quand vous êtes en situation de surcharge informationnelle sur le Web ? Sans le savoir, un effet de primauté apparaît. Vous privilégiez les pages apparues en tête des résultats du moteur de recherche. Comment contrer ce biais cognitif ?

Contre l'effet de primauté grâce au mind mapping

La première façon de contrer l'effet de primauté¹ consiste d'abord à le connaître, bien sûr ! Toutefois, même en le connaissant, vous risquez, au fil du temps, de tomber dedans malgré tout ! Le meilleur moyen consiste à réfléchir au préalable à votre recherche et aux requêtes associées.

Grâce au mind mapping, vous allez pouvoir affiner votre recherche. Comme vous le savez, la carte mentale est constituée non pas de phrases mais de mots-clés. Elle est donc l'outil idéal pour parler la langue de Google !

CARACTÉRISTIQUES PRÉATTENTIVES

<p>ORIENTATION</p>	<p>FORME</p>	<p>LONGEUR D'UN TRAIT</p>	<p>ÉPAISSEUR DU TRAIT</p>
<p>TAILLE</p>	<p>COURBURE</p>	<p>ASPECT D'UNE MARQUE</p>	<p>ENCADREMENT</p>
<p>COULEUR</p>	<p>INTENSITÉ</p>	<p>POSITION SPATIALE</p>	<p>MOUVEMENT</p>

CYRIL MAÎTRE

1. Le chercheur Stéphane Amato et ses confrères ont montré cet effet de primauté dans leurs travaux. Cette expérience est décrite dans l'article « La supercherie du multitasking » rédigé par Stéphane Amato et Éric Boutin, publié dans *Cerveau & Psycho* n° 71, 2015.



Exercice

EXERCICE : EXPÉRIMENTEZ LES CARACTÉRISTIQUES PRÉ-ATTENTIVES

> Comptez le nombre de chiffre 3 dans cette suite :

756395068473
658663037576
860372658602
846589107830

> Comptez le nombre de chiffres 3 dans cette nouvelle suite :

756**3**95068473
65866**3**0**3**7576
860**3**72658602
8465891078**3**0