

Comment fonctionnons-nous avec la communication



DE L'ATTENTION A LA TENSION...

Notre cerveau se protège en filtrant 99% des infos qui nous entourent. Si dans une fête quelqu'un prononce le mot sexe suivi de votre prénom, vous vous apercevez que tout le monde s'arrête et que vous disposez des quelques secondes précédentes en "cache" de votre mémoire. Vous aviez entendu mais pas analysé tant qu'un mot clef n'a pas déclenché. Vous venez de comprendre un des principes de base de la communication publicitaire, les seins, les fesses, le torse musclé etc. sont d'abord là pour éveiller l'attention. Inutile de vous offusquer ou de contester, chaque fois que l'on suit le regard avec des "eye-tracker"⁹, les parcours et les points de fixation sont toujours les mêmes, que la cible soit pieuse ou libertine, le regard est inévitablement attiré par les zones érogènes.

👉 Les mécanismes de l'attention sont en effet extrêmement difficiles à contrôler. Un conte explique comment transformer la paille en or, il faut la mettre dans de l'eau bouillante et remuer pendant trois heures, mais surtout pendant que vous remuez, souvenez-vous, il ne faut absolument pas penser à un éléphant qui vole. Essayez, absence de résultat garantie !

La perception visuelle comme celle du temps n'est pas toujours fiable et toujours très relative. Les petits jeux et effets d'optique proposés un peu plus loin sont là pour vous en convaincre. Selon le côté de la porte des toilettes, les minutes peuvent sembler plus ou moins longues ! Notons pour l'anecdote au passage que la perception du temps varie également avec la température du corps (le temps passe plus vite d'environ 20% si vous avez de la fièvre). Dans le même ordre de choses, plus les nouvelles infos à traiter sont nombreuses, plus votre cortex est alimenté et plus il vous semble que le moment est long. C'est ainsi que le chemin de l'aller paraît plus long que le retour. De nouvelles informations et des impressions fourmillantes nourrissent abondamment le cortex à l'aller. Au retour, elles sont évidemment moins nouvelles et moins fourmillantes.

⁹ l'eye-tracking désignant les techniques d'étude du regard ou comportement oculaire

① **QUAND DEUX CHOSES SE PRODUISENT SIMULTANÉMENT LE CERVEAU LES ASSOCIE !**

Moteur de la communication et de la publicité par excellence, ce "réflexe" naïf est redoutablement puissant. Quand un top modèle est associé à la voiture à vendre, l'émotion provoquée met une ancre dans l'esprit du consommateur comme la cloche de Pavlov conditionnait la salivation du chien il y a 100 ans. Nous ne sommes pas le seul animal à avoir ce type de comportement. Quand on ajoute un faux œuf dans un nid de goéland, la maman le couve et s'il est plus gros, elle le couve davantage, comme un super œuf. On doit cette observation scientifique à Niko Tinbergen (1907-1988), naturaliste et père de la psychologie moderne et de l'éthologie¹⁰, discipline qu'il fonda dans les années trente avec Konrad Lorenz.

Comme le "super œuf" les "supers emballages" ont tendances à susciter la supra normalité, si la boîte est grosse le produit doit être gros et doit avoir de la valeur. Puis comme en passant d'une série télé à la réalité... Les personnages sont beaux, les lumières soignées, et en revenant à la réalité, c'est dur, les textes sont improvisés, les maquillages ratés, les situations récurrentes, les temps morts omniprésents, bref la vie déçoit comme souvent le produit.

ON A BESOIN D'UNE SCIENCE NAÏVE POUR DONNER DU SENS A TOUT !

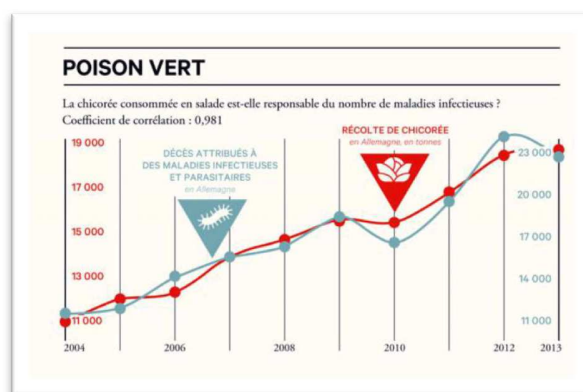
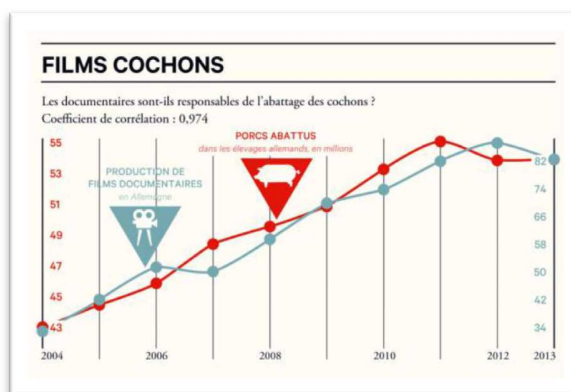
Le fameux lien de cause à effet est redoutable. Les gens qui portent des chapeaux finissent souvent chauves. La preuve, la plupart des chauves portent des chapeaux... On prend froid lorsqu'il fait froid... c'est le froid de l'hiver qui nous rend malade. Pourtant, la science et le bon sens nous disent que c'est indirect, vivant davantage à l'intérieur qu'en été, l'hiver les germes s'échangent plus facilement... et les gens qui sont chauves ont tendance à se couvrir la tête pour remplacer les cheveux disparus et pour se protéger du soleil ou du froid.

Pensez vous que le crack de 1929 a vraiment provoqué des dizaines de suicides ? Non, des journalistes ont voulu trouver un lien entre un ou deux suicides et le crack et au final, les hôpitaux n'ont constatés aucune augmentation. En 1966 New-York a connu une panne d'électricité de 10 jours, du coup 9 mois après, une vague de naissance... encore une jolie légende urbaine.

Dans le même esprit, nous vous invitons à consulter <http://www.tylervigen.com/spurious-correlations> blog extrêmement drôle sur les corrélations idiotes et dont sont inspirés et traduits les graphes ci-contre.

PARFOIS CELA MARCHE MEME QUAND ÇA NE MARCHE PAS !

En 1901 Marconi teste sa théorie, faire traverser l'atlantique par des signaux hertziens, entre terre neuve et l'Angleterre. Il entendit clairement en morse la lettre "s". Marconi avait raison



¹⁰ Étude du comportement des animaux dans leur milieu naturel.