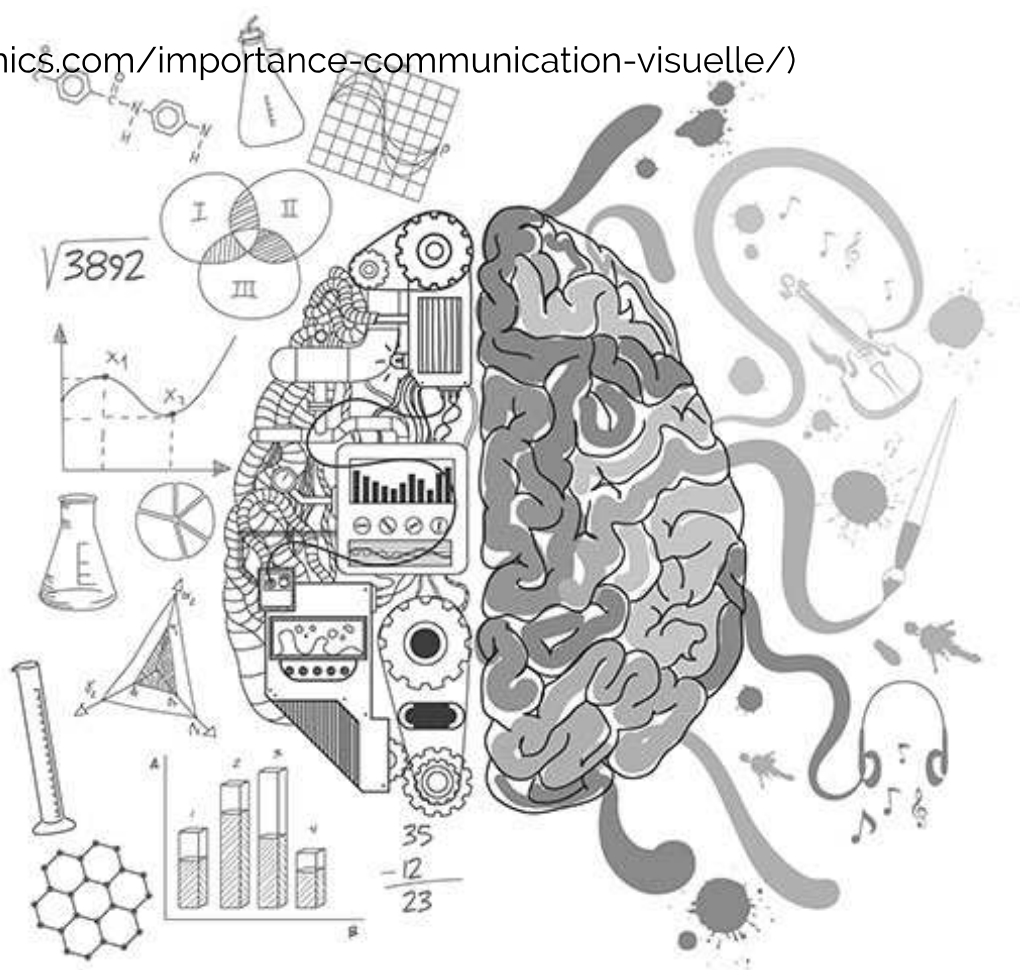


(<http://your-comics.com/importance-communication-visuelle/>)



(<http://your-comics.com/wp-content/uploads/2018/01/visual-communication.jpg>)

L'IMPORTANCE DE LA COMMUNICATION VISUELLE

« *Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours* », c'est un fait. Le cerveau humain a tendance à mémoriser plus aisément des éléments visuels qu'un long texte écrit. Continuellement sollicitée et stimulée par notre environnement, la vue apparaît comme l'un de nos sens prédominant. Cette idée est confortée, depuis quelques années déjà, par la multiplication de nouveaux supports de communication visuelle tels que l'infographie (<http://your-comics.com/agence-infographie/>). Il est donc important de s'interroger sur les points forts de cette communication visuelle, et sur la façon dont elle favorise la mémorisation.

UNE COMPRÉHENSION RAPIDE ET EFFICACE

L'intérêt principal de ce type de communication réside dans son efficacité. La communication visuelle conduit, tout d'abord, à **rendre tout contenu intelligible par tous**. En effet, l'image va au-delà des frontières, des barrières de la langue, ou encore du statut social, contrairement à l'oral et l'écrit.

Diverses études réalisées par Forbes et Yahoo montrent que sur internet les internautes disposent d'un temps d'attention réduit : **en moyenne 2 à 4 secondes suffisent** pour décider si le contenu d'un site est intéressant ou non. Il est donc important d'être clair et concis dans son contenu. Les visuels, de par leur format synthétique et ludique, attirent donc plus facilement les individus.

Des statistiques ont montré que les visuels sont traités **60 000 fois plus vite** dans le cerveau que les textes. **La communication visuelle est alors un gain de temps. Par ailleurs, il convient de rappeler qu'un individu préfère « survoler » le contenu d'un article, plutôt que de le lire entièrement. Le visuel est alors un moyen efficace d'interpeller le lecteur.**

UN SENS LIÉ À L'ÉMOTION

Une autre caractéristique présente dans la communication visuelle est l'émotion. L'image a le pouvoir de susciter des émotions de par la **transmission d'informations en quantité importante et en un temps très limité**. A contrario, les textes ou l'oral ont tendance à maintenir une pensée plus rationnelle et logique.

UNE PRÉSENCE EN LIGNE OPTIMALE

Le numérique ayant actuellement une place prépondérante dans le quotidien d'une majorité de la population, il est nécessaire pour chaque société d'être présente sur les réseaux sociaux et de proposer du contenu viral. Ce constat est d'autant plus vrai que l'on sait aujourd'hui qu'une information publiée sous un format image est environ **40 fois plus partagée sur les réseaux sociaux** qu'un simple texte. **Une étude réalisée par Adobe a d'ailleurs montré que les posts sur Facebook incluant des images produisent un engagement de 650% plus élevé que ceux ne contenant que du texte.**

LA VUE, LE MEILLEUR ATOUT POUR LA MÉMORISATION

L'affirmation selon laquelle la vue est le sens qui nous permet une plus grande mémorisation ne date pas d'aujourd'hui. En effet, depuis des décennies, de multiples études se sont penchées sur le sujet et ont appuyé ce constat.

Dès 1967, Albert Mehrabian, professeur de psychologie à l'Université de Californie, a publié 2 études sur le sujet émettant « la règle des 3V ». Cette règle signifie que la communication est à 7% verbale (signification des mots), à 38% vocale (intonation et son de la voix), et enfin à **55%**

visuelle (expression du visage et langage corporel).

D'un point de vue scientifique, il a été prouvé que l'utilisation de visuels permettait une **meilleure rétention de l'information chez l'individu**. En réalité, notre cerveau est taillé pour les visuels : 50% de notre cerveau est dédié à la vue et 70% de nos récepteurs sensoriels se situent dans nos yeux. Concernant la mémorisation, les images sont directement liées à notre mémoire à long terme, alors que les mots, eux, se trouvent dans notre mémoire à court terme.

Une étude menée par le chercheur Paul Martin Lester démontre que nous nous souvenons à 80% de ce que nous voyons, à 20% de ce que nous lisons et à 10% de ce que nous entendons. Autrement-dit, **la plupart des gens apprennent et mémorisent mieux au travers d'éléments visuels**. Une étude sur l'apprentissage actif a d'ailleurs démontré qu'après 2 semaines, seulement 10 à 20% des textes (ou paroles) restent en mémoire, contrairement à l'information visuelle, toujours disponible à 50%.

Ainsi, la communication visuelle apparaît comme l'outil le plus efficace pour obtenir une meilleure rétention de l'information et lutter contre le désintéressement des individus.