

Le magazine

Harvard Business Review Avril- Mai 2013 Mag

CARRIÈRE

Les caractères difficiles à lire favorisent la mémorisation Mag

par **Daniel Oppenheimer** (<http://www.hbrfrance.fr/experts/daniel-oppenheimer/>)

Le 01/04/2013



La constatation : Les gens se souviennent mieux de ce qu'ils ont lu si le texte est rédigé en petits caractères peu lisibles.

L'étude : Daniel Oppenheimer et deux de ses collègues, Connor Diemand-Yauman et Erika Vaughan, ont demandé à 28 étudiants de mémoriser les profils biologiques de deux espèces fictives, l'espèce "pangerish" et l'espèce "norgletti". La description du "pangerish" était imprimée en police de caractères 12-points Comic Sans ou bien en Bodoni de couleur grise ; celle du "norgletti" dans une police de caractères 16-points Arial noire, a priori plus aisée à déchiffrer. Un quart d'heure après la lecture, les étudiants se souvenaient de 87% des faits concernant le "pangerish", contre 73% pour le "norgletti". En outre, à l'issue d'une étude conduite sur un semestre dans un lycée de l'Ohio, il est apparu que les élèves ayant travaillé sur des diapositives et polycopiés dont les polices étaient peu lisibles réussissaient mieux que ceux qui avaient disposé de matériels plus faciles à lire.

Le challenge : Les polices de caractères bizarres améliorent-elles réellement la compréhension et la mémorisation ? Professeur Oppenheimer, défendez votre analyse.

Daniel Oppenheimer : Quand les gens ont entendu parler pour la première fois de cette étude, ils ont été très surpris. Les résultats auxquels elle conduit sont en effet contre-intuitifs : en quoi le fait de rendre quelque chose plus difficile à déchiffrer pourrait-il le rendre plus facile à mémoriser ? Pourtant, ces résultats, pour peu qu'on les recadre, sont conformes à la logique. Il nous est arrivé à tous de parcourir un texte à la va-vite et, après sa lecture, de nous rendre compte que nous n'en avions pas bien retenu le contenu. Rendre un texte plus dur à survoler empêche que cela se produise. Aussi n'est-il pas vraiment surprenant que le fait de pousser les gens à ralentir leur lecture et à y consacrer plus d'attention puisse améliorer leur mémorisation. Bien sûr, il ne s'agit pas pour autant de proposer un matériel si difficile à lire que les gens seraient incapables de le comprendre. L'idéal se situe entre les deux.

Havard Business Review : Les polices de caractères ardues à déchiffrer agissent en somme comme des ralentisseurs ?

Daniel Oppenheimer : C'est plus complexe que cela. De nombreux éléments indiquent que la difficulté à traiter l'information est fortement liée à la confiance en soi. Quand les lecteurs butent sur une difficulté qui vient interrompre le fil de leur lecture – quelque chose de difficile à déchiffrer – leur confiance en leur faculté de compréhension s'amenuise, ce qui les rend nerveux et les conduit à se concentrer plus intensément sur le texte.

Havard Business Review : Si nous désirions que les gens gardent un souvenir précis de cette interview, quelle police devrions-nous utiliser ?

Daniel Oppenheimer : Je suggérerais la Monotype Corsiva. Je ne suis pas expert en typographie, et nous n'avons jamais cherché à déterminer quelles polices de caractères étaient les plus à même de provoquer des « diffuences », c'est-à-dire des achoppements au cours de la lecture. Mais quand les gens regardent du Monotype Corsiva et une police plus « normale », comme l'Arial noire, ils s'accordent tous, sans exception, sur la plus grande difficulté à déchiffrer la première, tandis que, de notre côté, nous voyons qu'elle entraîne une mémorisation bien supérieure.

Havard Business Review : Avec le temps, les gens ne s'adaptent-ils pas à la nouveauté typographique, ce qui peut supprimer progressivement l'effet positif observé sur la mémorisation ?

Daniel Oppenheimer : C'est un point important. On peut agir sur la fréquence et l'intensité des achoppements en cours de lecture de bien des façons. L'une d'elles consiste à utiliser une police de caractères que les lecteurs n'ont jamais vue auparavant. Mais avec un peu de pratique, ils s'adaptent et ne butent plus. Dans un manuel, on pourrait contourner cette difficulté en utilisant une police différente pour chaque chapitre. Une autre façon de rendre la lecture ardue consiste à jouer sur le contraste : sur un fond blanc, une police grise est moins facile à déchiffrer qu'une noire. Ce n'est pas une chose à laquelle les gens peuvent s'adapter. Il en va de même de l'utilisation de lettres de petite taille.

Havard Business Review : Votre étude concerne du matériel de lecture imposé, souvent dans le cadre d'une salle de classe. Qu'en est-il dans le cas d'une lecture choisie, par exemple celle d'un magazine ?

Daniel Oppenheimer : Votre question est légitime. Ce sont les effets sur l'apprentissage qui sont au centre de nos recherches, dont les applications se situent, à l'évidence, dans le domaine de l'éducation. S'agissant d'un magazine, il y a le risque que, l'ayant pris en main, les gens le jugent « trop difficile à lire » et le reposent. La conséquence est double : si vous avez utilisé une police Monotype Corsiva, peu de personnes liront l'article, mais celles qui le liront le mémoriseront bien.

Havard Business Review : Cela pourrait-il s'appliquer à d'autres médias ? Apprendrait-on plus de choses en visionnant un document vidéo en basse définition qu'en regardant le même en haute définition ?

Daniel Oppenheimer : A ma connaissance, il n'existe pas d'études sur la question, mais la théorie suggère qu'il en irait ainsi. Un écran de télévision légèrement flou constituerait un signal de diffuence : le niveau de confiance du spectateur baissant, il traiterait l'information avec une attention accrue.

Havard Business Review : Vos recherches pourraient-elles aussi être utilisées en vue d'accroître la mémorisation des publicités ?

Daniel Oppenheimer : Elles peuvent être utilisées comme un outil de marketing, mais il serait d'un maniement délicat. La diffuence agit sur le cerveau comme un signal d'alarme, et véhicule une sensation de risque. Si une personne est sur le point d'acheter un produit et que « retentit »

cette alarme, elle pensera probablement que quelque chose ne va pas. Quand nous avons changé les polices de caractères sur les étiquettes de certains produits et testé les intentions d'achat, nous avons découvert ceci : les gens pensaient que les produits dont les étiquettes étaient dures à lire étaient de moindre qualité. D'autres études compliquent encore les choses, en montrant que la diffiulté peut constituer pour certaines personnes un signe de rareté. Cela pourrait avoir des applications dans le domaine du luxe, où la rareté est une valeur positive, susceptible d'augmenter le prix d'un bien.

Havard Business Review : Avez-vous trouvé la moindre preuve que les bons enseignants recouraient à des documents peu lisibles ?

Daniel Oppenheimer :> Non, mais je rencontre souvent des professeurs chevronnés qui me disent avoir eu recours à PowerPoint avant de s'apercevoir que les étudiants apprenaient mieux quand ils devaient lire sur un tableau des mots tracés avec une craie : cela provient peut-être de la diffiulté. S'agissant de PowerPoint, je vois aussi beaucoup d'enseignants adopter la démarche conventionnelle, qui veut qu'une diapositive doive être très simple et claire. Notre étude ne valide pas cette approche.

Havard Business Review : Quelles implications à long terme voyez-vous pour ce travail de recherche ?

Daniel Oppenheimer : Je crois que son potentiel est énorme, mais permettez-moi d'émettre une réserve : une grande partie de notre recherche a été effectuée dans un lycée très performant, dont 90% des élèves intègrent l'université, ainsi qu'à l'université de Princeton. Dans les deux cas, les étudiants sont intelligents et motivés. Il n'est pas établi qu'on puisse étendre nos résultats à des écoles moins performantes ou à des élèves peu motivés. Néanmoins, l'étude montre que certains changements affectant les comportements pourraient avoir leur importance dans le cadre d'une réforme scolaire. Remplacer les polices de caractères des manuels ne coûte pratiquement rien, et serait susceptible d'avoir un impact appréciable. La réforme de l'éducation a tendance à prendre d'abord en considération la modification des parcours scolaires, ou la formation complémentaire des enseignants. Mais d'autres labos que le nôtre recherchent aussi comment améliorer l'apprentissage à moindre coût. Alors qu'on essaie de renforcer l'éducation dans un contexte budgétaire difficile, ces questions valent qu'on y réfléchisse.



S'ABONNER ([HTTP://WWW.PRISMASHOP.FR/MAGAZINES/ECONOMIE/HBR.HTML](http://www.prismashop.fr/magazines/economie/hbr.html) ? UTM_SOURCE=HBRFRANCE&UTM_MEDIUM=BANNER&UTM_CAMPAIGN=HBR_BOX_ABO&CODE=HBRBOX)

([http://www.hbrfrance.fr/magazine/2013/04/205-](http://www.hbrfrance.fr/magazine/2013/04/205-les-caracteres-difficiles-lire-favorisent-la-memorisation/)

les-caracteres-difficiles-lire-favorisent-la-memorisation/)

Les caractères difficiles à lire favorisent la mémorisation
Mag

Daniel Oppenheimer

Professeur associé de psychologie et affaires publiques à l'université de Princeton. Il est l'auteur de "Democracy Despite Itself" (MIT Press, 2012).

Voir tous les billets > (<http://www.hbrfrance.fr/experts/daniel-oppenheimer/>)
