

Parlez-moi de moi...

Il arrive souvent qu'un auteur « en devenir » applique inconsciemment la « loi de proximité » pour écrire un ouvrage.

Ce procédé journalistique qui consiste à répondre aux attentes de son lecteur est acceptable quand on écrit un livre de développement personnel « Parlez-moi de moi, de ma santé, de mon bien-être, il n'y que cela qui m'intéresse » mais pas si c'est un roman.

Écrire une fiction en ne pensant qu'à plaire à une typologie de lecteurs n'est pas une création littéraire, c'est du marketing.

C'est écrire un document, pas un roman.

Qu'est-ce que la loi de proximité ?

Imaginez que vous vouliez offrir un livre à une personne que vous connaissez plus ou moins. Vous allez sûrement vous poser certaines questions avant de l'acheter :

- Quels sont ses goûts littéraires ?
- Quel est son niveau culturel ?
- Quel est son sexe ? Son âge ?
- Est-ce que cette personne lit peu ou beaucoup ?
- Quels livres possède-t-elle déjà ?
- Est-elle sensible à la présentation du livre
- Quel petit mot vais-je glisser à l'intérieur ?

En répondant à ces questions, vous appliquez, sans le savoir, la loi de proximité.

La loi de proximité part d'un constat

Le lecteur ramène toujours ce qui lit à sa personne. S'il lit un ouvrage écologique traitant du danger d'un épandage chimique sur les vignes, il pense automatiquement à la distance qui le sépare des vignes.

En revanche, s'il lit un roman, il ne s'identifie pas obligatoirement à l'un des personnages. Si cela se produit,

son imagination est sollicitée et non pas ses désirs ou souhaits, voir ses instincts...

Une connaissance pointue de la cible visée est indispensable pour appliquer parfaitement la loi de proximité. Quand ce n'est pas le cas, on l'applique en se basant sur les grands centres d'intérêts humains :

Plus le message s'approche de ces centres d'intérêts, plus il est proche du lecteur.

- argent,
- santé,
- famille,
- sexe.
- métier
- mort

Pour vous en convaincre, observez les titres des livres de développement personnels. Ils sont toujours axés sur l'un de ces intérêts : « Mieux se comprendre », « Comment placer votre argent », « Développer sa personnalité », « Famille je vous aime », « Le cerveau est-il sexué ? », etc.
