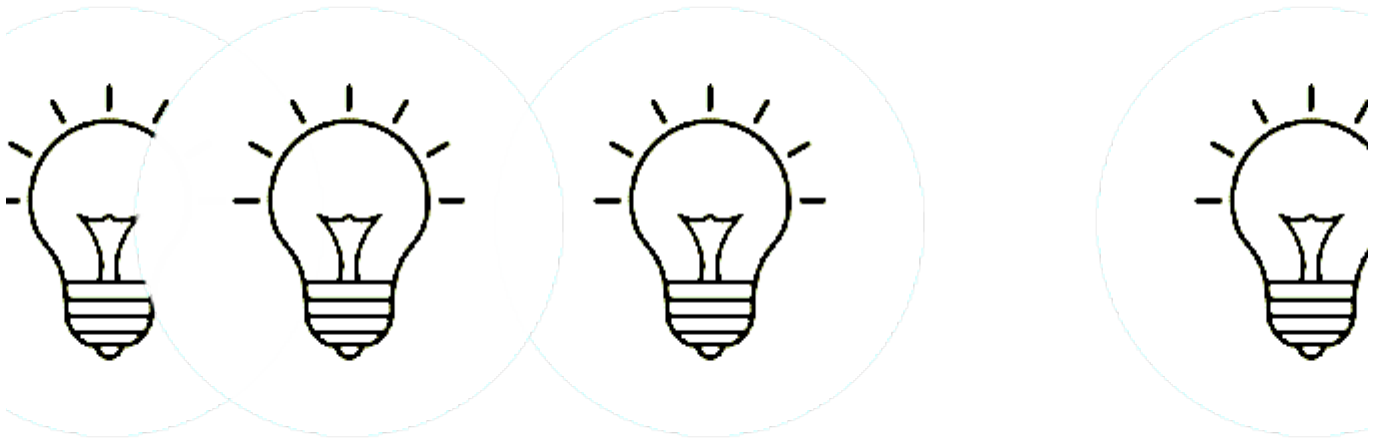


Soigner ses images



Les chercheurs seraient de plus en plus en mesure de comprendre comment notre cerveau s'y prend pour être séduit ou non par une image. Qu'elle soit matérialisée : photo, illustration, dessin. Ou symbolisée : comparaison, métaphore, jeu sur les mots ou les sons, etc.

Selon les recherches, plus nous avons déjà été exposés à un stimulus, une image par exemple, moins il aiguillonne notre intérêt.

Car plus il est prévisible, plus il est conforme à ce que l'on attend, moins notre cerveau est stimulé.

Bref, vous l'aurez compris : le succès d'une analogie, d'une comparaison ou d'une métaphore tient à son originalité, d'où l'intérêt de solliciter notre imagination quand on écrit à destination d'un public. Mais également, au moment où on imagine la couverture de son œuvre et son titre.