



Le film « le gorille »

ATTENTION :

- Ne pas utiliser le film du gorille en début de séance : en effet, certains participants pourraient se sentir « en situation d'échec », ce qui compromettrait leur apprentissage. Il est préférable d'utiliser ce film en fin de séance, à titre d'exercice de renforcement.
- Ce film fonctionne très bien pour remettre à chaque participant un ourson Herrmann en fin de séance.
- Utiliser une version du film légalement acquise au fournisseur (voir modalités d'acquisition sur le site : <https://viscog.com/ordering/>)

RECOMMANDATIONS :

Restez factuel, évitez les jugements de valeur.

Ne valorisez pas plus ceux qui ont vu le gorille que ceux qui ne l'ont pas vu.

Objectif :

Mise en application du concept des préférences cérébrales.

« Nous percevons tous la réalité de manière différente ».

L'objectif de l'exercice consiste à montrer que nous pouvons tous être « aveugles » à une partie de la réalité. Et que cet aveuglement a certainement quelque chose à voir avec nos préférences cérébrales.

But du jeu :

Faire compter le nombre de passes entre les joueurs habillés en BLANC

Durée : 20 minutes

Déroulement :

1) Expliquez aux participants :

- Que vous allez leur montrer un film dans lequel deux équipes jouent avec 2 balles.

Le but du jeu va consister à compter le nombre de passes que les blancs vont effectuer ENTRE EUX.

- Préciser que seules les passes entre les blancs comptent et que le jeu est très rapide.

- Préciser que le jeu est muet.

- « Stressez » les participants en leur précisant par exemple que seuls les échanges de balles entre les blancs seront à compter et que généralement 50% des spectateurs échouent à cet exercice.

(En effet, plus les participants sont attentionnés sur la balle échangée par les blancs, moins ils prêtent attention aux autres événements présentés dans le film.)



2) Faites visionner le film



3) Demandez aux participants :

Alors, combien avez-vous trouvé ? 16 ? 17 ? 18 ? 20 ?

4) Recueillez les résultats et demandez : Avez-vous vu autre chose qui aurait attiré votre attention ?

Si quelqu'un dans la salle déclare avoir vu un gorille traverser l'écran, demandez aux autres participants ce qu'ils en pensent.

5) Sans laisser la discussion s'installer, proposez de repasser le film, mais en demandant aux participants pour cette fois de ne pas compter les échanges de balles.

6) Laissez les participants s'exprimer. Si certains participants n'ont pas encore vu le gorille, repassez une troisième fois le film.

Alors, avez-vous vu le gorille cette fois ?



Si vous ne l'avez pas vu la première fois, vous vous dites sans doute : “non ce n'est pas possible, il n'y avait pas de gorille dans le premier film !”.

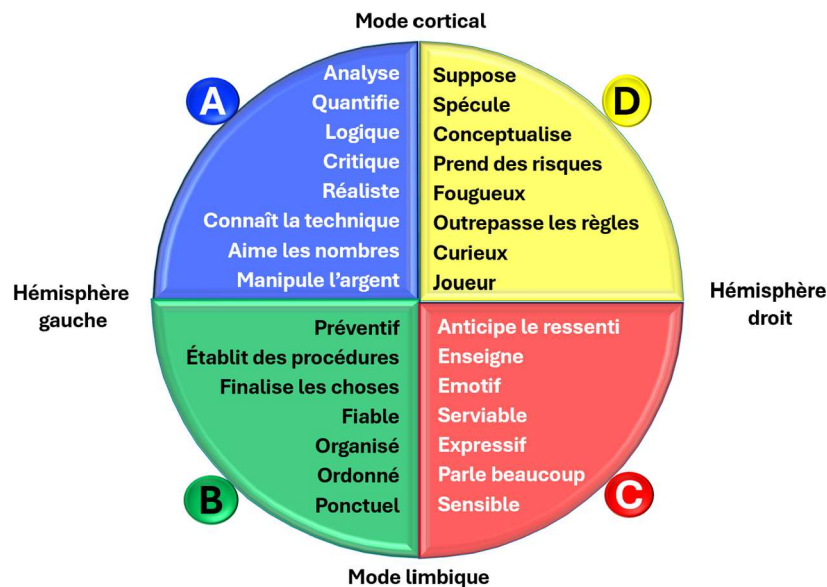


Pourtant, le gorille était bien là. Simplement, votre cerveau était trop concentré sur le ballon pour voir le reste de la scène. Ce phénomène s'appelle "attentional blindness" (qu'on pourrait traduire par « l'attention aveuglante ») ; les chercheurs qui l'étudient ont montré que plus de 70% des gens ne voient pas le gorille. Quand vos yeux sont ouverts, toute l'image de la scène que vous regardez est projetée sur votre rétine et est par conséquent disponible pour votre cerveau. Seulement, si la scène est complexe (mouvement, nombre et taille des objets), votre cerveau n'est pas capable d'analyser toutes les informations présentes dans l'image. Dans la vie quotidienne, il vous est sûrement arrivé de croiser dans la rue des gens que vous connaissiez sans les reconnaître, parce que votre cerveau était occupé à chercher un magasin ou votre chemin... c'est le même phénomène.

Ce procédé est évidemment très utilisé par les magiciens pour détourner l'attention des spectateurs. Il repose sur trois points clés :

- Un objet en mouvement que les spectateurs doivent suivre des yeux (ici le ballon),
- L'objet doit être petit par rapport à la scène totale,
- Le cerveau des spectateurs doit être occupé par un exercice intellectuel (ici, compter les passes).

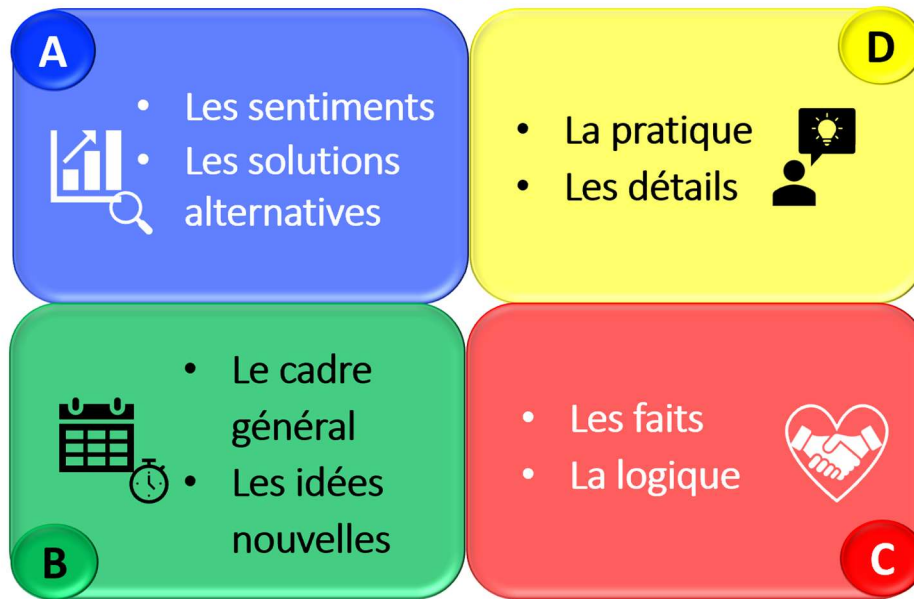
7) Rappelez le Modèle des Préférences Cérébrales



8) Précisez que les PREFERENCES CEREBRALES fonctionnent sur le même principe, sauf qu'elles agissent spontanément. En effet, si nous notre profil est orienté :

- ✓ Vers le quadrant BLEU, nous aurons tendance à ne pas voir les « gorilles ROUGES »,
- ✓ Vers le quadrant VERT, nous aurons tendance à ne pas voir les « gorilles JAUNES »,
- ✓ Vers le quadrant ROUGE, nous aurons tendance à ne pas voir les « gorilles BLEUS »,
- ✓ Vers le quadrant JAUNE, nous aurons tendance à ne pas voir les « gorilles VERTS ».

Les négligences



9) Demandez aux participants : « En regardant votre profil, quelle serait la « couleur du gorille » que vous auriez tendance à ne pas voir ? »

10) En fonction des couleurs énoncées par les participants, leur remettre un ourson Herrmann de la couleur correspondante, en leur précisant :

- ✓ Qu'il serait souhaitable de le « nourrir régulièrement », au moins deux fois par jour.
- ✓ Que, dorénavant, à chaque fois qu'ils reverront ce film, ils « ne pourront plus ne pas voir le gorille ». Il en sera de même avec la couleur la « moins préférée » de leur profil HBDI®.

11) Laissez les participants discuter et répondez aux questions.

12) FAQ : combien y avait-il de passes ?

➤ Réponse : 17

13) FAQ : si je n'ai pas vu le gorille, qu'est-ce que cela signifie ?

➤ Réponse : rien de particulier, sachant que, statistiquement, 70 % des participants ne voient pas le gorille.