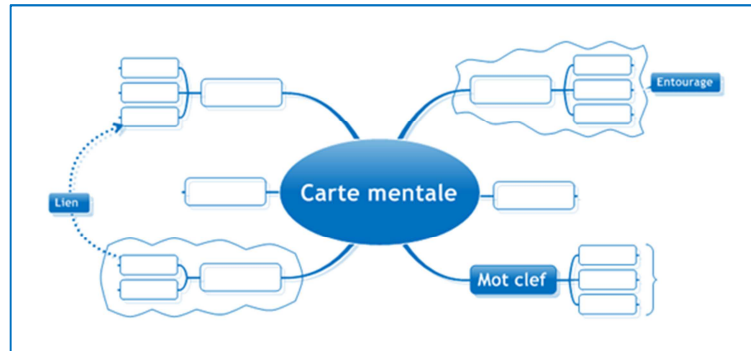


MING-MAPPING



*L'insupportable ramassis de cartes
poubelles sur le net*

Auteur : Jean-Pascal CÔTE

www.emapsfree.fr

Septembre 2014 - Version 2.4

Résumé : Avec la vulgarisation du « Mind-mapping », le nombre de publications de cartes mentales sur internet ne cesse d'augmenter. Force est de constater que cet accroissement n'est pas synonyme de qualité. Bien au contraire, on assiste à une véritable poubellisation de ce média. C'est d'abord au travers du cadre de mes recherches sur la cartographie mentale, que les causes de ces dérives seront analysées, puis un canevas méthodologique, facilitant la publication de cartes ou modèles, sera proposé.



Présentation distribuée sous licence Creative Commons

INTRODUCTION

Force est de constater que le « Mind-mapping » se vulgarise de plus en plus. D'une part à travers la parution d'ouvrages exploitant cette démarche dans moult domaines (*Gestion de projets, créativité, formation, etc.*), d'autre part via l'accroissement de cartes mises à disposition dans les bibliothèques en ligne. Tout cela est fort encourageant et indique clairement que le domaine trouve enfin un écho tant il est riche de possibilités.

Ce qui l'est moins ce sont les dérives observées dans la réalisation de certaines cartes et modèles, dont le contenu (*Les informations*) et le contenant (*Les éléments de structuration de la carte*) sont, à des degrés variables, mal construits, inexploitable, et présentant de ce fait peu d'intérêt. Ce « cimetière de cartes » favorise malheureusement la critique et fait place aux détracteurs du « Mind-mapping » qui voient là une bonne occasion de dénigrer ce domaine dont la finalité est de permettre l'émergence d'une conscience nouvelle¹. En fait, et pour être honnête, nous assistons à une véritable poubellisation de cartes mentales sur internet !

Pour autant que le lecteur ne se méprenne pas en pensant que je vais me présenter comme parangon de vertu et jeter l'opprobre sur les « vilains » créateurs de cartes. Comme nous le verrons, il s'agit moins de pointer du doigt des personnes ou des organismes, que de comprendre le processus qui amène à ce résultat. Cependant force est de reconnaître que la tâche est délicate car le « Mind-mapping », et c'est bien là une de ses faiblesses, n'a pas encore de cadre établi et reconnu². Il importe donc d'en poser un : celui de mes recherches, qui se fonde sur l'analogie neurone/carte³. C'est dans ce contexte que j'introduirai quelques éléments de méthodologie facilitant la publication.

QUELQUES RAPPELS UTILES

De mon point de vue la carte s'inscrit dans une triple dimension :

- L'esprit de la carte : une des 6 intentions de base (*Cf. ci-dessous*).
- L'âme de la carte : l'émotion qui émane de sa réalisation.
- Le corps de la carte : son contenu et son contenant.

Les 6 intentions de base d'une carte

Quel que soit le contexte une carte mentale est toujours créée dans un but précis et pour un public cible (*Soi ou les autres*). Stocker des informations personnelles dans une carte n'a pas la même finalité que réfléchir à trouver une solution sous forme d'arbre de décision. De même préparer un projet professionnel n'a pas le même objectif qu'une séance de brainstorming. Bien que les résultats soient identiques, i.e. qu'ils se traduisent en fin de

¹ Individuelle ou collective suivant le contexte.

² Il y a souvent confusion entre liberté d'expression graphique, et méthodologie qui suppose quelques contraintes. Trop de liberté ou trop de contraintes méthodologiques nuisent au « Mind-mapping ». Créer une carte c'est trouver ce juste équilibre entre les deux.

³ Pour plus d'informations nous renvoyons le lecteur vers notre publication, gracieusement mise à disposition sur internet (*Cf. www.slideshare.net/JPCOTE/cartes-mentales-v20*).

compte par la création d'une carte, les finalités diffèrent. Il convient donc, avant de commencer une carte, de se poser **la question de l'intention** : « Qu'est-ce que j'ai envie de faire ? ». Nous en avons identifié 6 ⁴:

- **La carte à vivre**, ou **carte mémo**, est une carte pratique résultant de la collecte d'informations issues de nos activités quotidiennes. Elle permet d'éviter de rechercher toujours les mêmes informations.
- **La carte à penser** implique un processus de réflexion, individuel ou collectif, visant à faire émerger une vision d'ensemble autour d'un thème donné.
- **La carte à communiquer** est une carte qui véhicule des informations à destination d'un individu ou d'un groupe.
- **La carte à construire** s'inscrit dans la perspective de la réalisation d'un projet.
- **La carte à apprendre** est constituée d'un savoir formalisé, en association avec un ou plusieurs domaines connexes. Pour soi-même ou à destination d'un groupe d'individus, elle a comme but de favoriser l'apprentissage en permettant l'acquisition de nouveaux comportements.
- **La carte à soigner** est une carte permettant d'apporter un mieux-être psychologique individuel et/ou collectif.

L'émotionnel d'une carte : son Âme

L'émotion, dans la création d'une carte, est une dimension indispensable car elle est un élément important du processus de mémorisation⁵. De ce fait la carte, ou un groupe de cartes doit :

- interpellier nos sensations en donnant du plaisir,
- interroger nos perceptions visuelles,
- être un enjeu émotionnel pour soi et les autres,
- être un espace ludique et rythmé (*Alternance de couleurs, de fontes, d'images, d'icônes*). Il s'agit ici d'un espace de jeu ou de « JE ».

Réaliser des cartes qui font émerger une émotion est peut-être la chose la plus difficile qui s'apprend avec le temps et la maturité du sujet. Mais toutes les cartes ont-elles vocation à véhiculer une émotion ? Certes non ! C'est pour cela que dans certains cas⁶, nous proposons dans nos formations une technique assez simple qui consiste à associer à la carte : un événement plaisant, une musique, une couleur, un parfum, etc. pour mieux la mémoriser. Par exemple, dans le cadre de l'apprentissage d'un poème, que j'ai synthétisé sous forme de carte, je peux y associer visuellement le plaisir d'avoir partagé les félicitations de mes parents quand je l'ai récité. Je peux aussi associer à chaque pièce de ma maison une carte particulière.

⁴ Cf. notre publication.

⁵ Nous touchons ici la notion du « par cœur », i.e. ce qui touche le cœur et non ce qui touche au savoir ingurgité sans plaisir.

⁶ Les cartes mémo par exemples.

LES PRINCIPAUX CONSTATS

Les premiers constats⁷, portant sur la réalisation et la mise à disposition de cartes mentales laissent parfois dans la compréhension du Mind-mapping. Cela indépendamment : du nombre de vues, de téléchargements opérés, ou de l'expertise des acteurs.

Mon analyse s'est focalisée sur 2 axes : le contenu (*L'information, les connaissances véhiculées par la carte*) et le contenant (*Les règles et les éléments graphiques de structuration de la carte*).

A propos du contenu (*Informations, connaissances*)

- Manque d'explication(s) sur le contexte de la création de la carte (*Intérêt de la carte*)
- Non identification du ou des publics cibles (*Les lecteurs*)
- Connaissances insuffisantes ne permettant pas de couvrir le sujet et/ou de le comprendre
- Pas, ou peu, d'informations donnant envie d'aller plus loin (Liens web, livres, etc.)
- Informations de base manquantes (*Date, version, auteur, ...*)⁸.
- Promotion marketing inexistante (*Valoriser la carte, son offre de services, etc.*)
- Expérience de l'auteur, sur le sujet traité, pas toujours apparente
- Cartes souvent isolées dans leur thématique (*Non reliées à d'autres*)⁹

Bien entendu tous ces points n'ont pas systématiquement vocation à se retrouver dans une carte, ou un modèle, mais doivent être adaptés en fonction du thème et du public cible.

A propos du contenant (*Les règles et les éléments graphiques de structuration de la carte*)

- Les règles de base (*Cf. Buzan*) sont parfois ignorées
- L'utilisation de phrases à la place de mots clés est encore trop fréquente¹⁰
- Le centre de la carte n'est pas assez marqué : manque de lisibilité, manque de relief.
- On trouve encore des liens mentaux sans libellés (*Au lecteur de faire la connexion !*)
- Trop de niveaux arborescents rendent la carte illisible
- L'impression de la carte est peu, ou pas, prise en compte
- Le choix de la structure (*Etoile, organigramme, arbre, etc.*) n'est pas pertinent par rapport au message¹¹ (*Optimisation de l'espace*)
- Dans certaines cartes tous les mots clés sont entourés¹²
- Les branches sont droites¹³
- La légende d'une carte reste un élément peu utilisé et très mal compris
- L'équilibre entre l'image et le texte laisse parfois à désirer
- Les logiciels utilisés sont souvent mal maîtrisés

⁷ Notre source concerne une bibliothèque de cartes en ligne sur le web. Nous supposons, aux vues des milliers de cartes référencées que les mêmes constats peuvent être faits ailleurs.

⁸ Nous dissociions notre propos des noms d'emprunts et des dates indiqués sur les sites.

⁹ Il est important de pouvoir relier, même virtuellement, une carte à un groupe de cartes. Une caractéristique du cerveau est de créer des catégories pour mieux structurer l'information.

¹⁰ En « Mind-mapping » le principe d'unicité du mot-clé est intangible. Cependant, et sous réserve d'en expliquer les raisons, il est possible de créer des cartes où les phrases remplacent les mots-clés. C'est dans ce sens que nous avons développé un nouveau type de carte appelé : « Méta-document intelligent » basé uniquement sur des questions.

¹¹ La carte risque ainsi d'être déséquilibrée et de perdre en pertinence.

¹² Il ne s'agit plus de « Mind-mapping » mais d'une autre technique appelée : « Webbing » ou carte « Cluster ».

¹³ Cela n'est pas vraiment interdit. Cependant, dans la nature, la forme courbe est privilégiée. De plus il peut y avoir des confusions avec des « Spyder maps ».

- Le travail sur le rendu visuel reste encore insuffisant dans de nombreux exemples
- La recherche graphique (*Couleurs, icônes, fontes, etc.*) est parfois inexistante¹⁴
- Etc.

Cette liste n'est évidemment pas exhaustive et n'a pas prétention à l'être. Cependant je reste estomaqué par l'inutilité de certaines cartes, ou modèles, qui peuvent cumuler beaucoup des points évoqués ci-dessus. On pourrait presque résumer cette partie par une citation de Benoît Delvaux « J'ai inséré plein d'images, j'ai bien décoré ma carte ... merci petit Jésus ! ».

La pratique de la cartographie mentale me montre que créer ou lire une carte génère du plaisir. Je l'éprouve lors de chaque nouvelle création. D'ailleurs c'est ce qui fait le succès de cette démarche. Cependant cela nécessite un minimum de travail qui, en cas d'insuffisance, appauvrira la carte avec des conséquences en termes d'impact¹⁵.

LES PIEGES DE LA PUBLICATION

Rappelons que les cartes publiées sur le web sont ce que j'appelle des cartes à communiquer i.e. des cartes à destination d'un individu ou d'un groupe. Dans ce sens, il y a trois pièges qui guettent toute publication :

Le premier est de croire que le lecteur de la carte comprendra facilement ce que l'auteur a voulu dire. En général ce manque d'expérience du sujet s'atténue avec la pratique. En effet, créer une carte ou la faire lire à quelqu'un d'autre ne produit pas toujours les mêmes effets notamment en termes d'apprentissage. Parfois l'effet escompté peut être à l'opposé de celui imaginé si le créateur et le lecteur ne partagent pas le même référentiel (*Contexte, culture, valeurs, etc.*).

Le second piège est un peu corollaire au premier dans le sens où une carte à communiquer sera plus chronophage en fonction de la cible. Par exemple si je décide de créer une carte de mon CV, cela m'obligera à plus de créativité et de temps pour tenir compte du type de lecteur. Il semble clair que la majorité des cartes mentales publiées sur le net n'ont pas été conçues en fonction d'un type de public.

Le troisième reste ici un manque de compréhension de ce que nous appelons l'esprit d'une carte. Penser qu'une carte créée avec une certaine intention peut se transposer systématiquement dans une autre brouille le message. Par exemple mettre à disposition sur le web une carte mémo ne la transformera pas instantanément en carte à communiquer. De ce fait le résultat paraîtra brouillon et inintéressant !

Publier sur internet une carte¹⁶ dont l'intention n'était pas celle d'une carte à communiquer est donc une perversion¹⁷.

¹⁴ Cette partie peut jouer un rôle très important dans le fait de susciter une émotion.

¹⁵ En termes de compréhension et de perceptions visuelles consciente et inconsciente, car la carte reste un média qui peut véhiculer des messages inconscients.

¹⁶ Cela marche aussi pour les modèles de cartes.

QUELQUES EXEMPLES

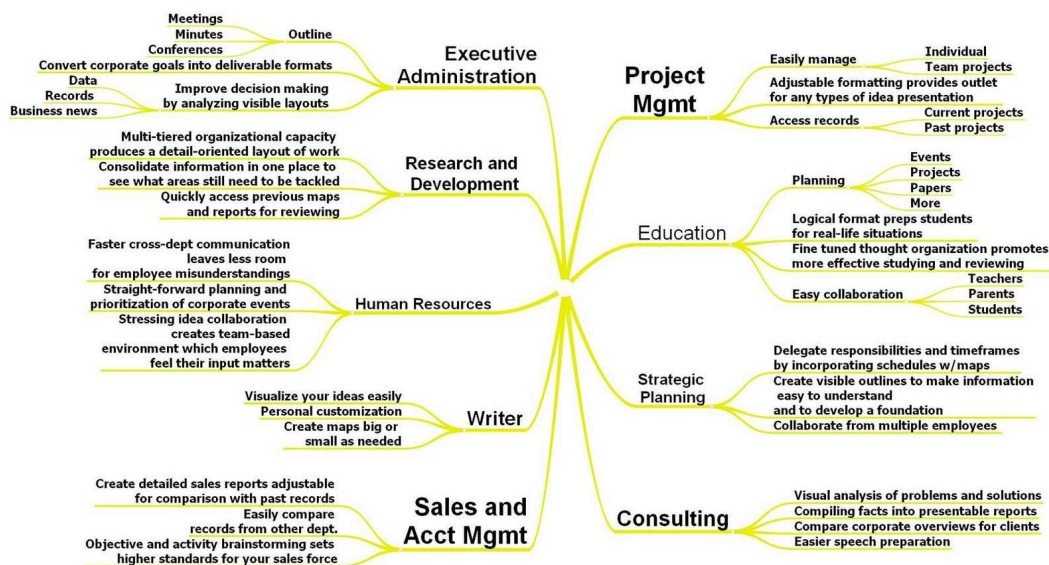
Les exemples de cartes sur le web ne manquent pas. Cependant ils sont délicats à pointer du doigt car le ou les auteurs peuvent se sentir offensés par les critiques. Il me semble ici essentiel de respecter une certaine éthique¹⁸ où l'expertise individuelle permet la progression de la communauté.

Pour sortir du paradoxe, décrire et critiquer vs éthique et pédagogie, il est important de comprendre les contextes dans lesquels les cartes ont été réalisées.

Pour les auteurs, publier une création reste un acte de partage que nous saluons, car il peut permettre à une carte, comme le Phénix, de « renaître de ses cendres ». Autrement dit d'être le point de départ d'une autre carte. C'est à mon sens tout l'enjeu des bibliothèques en lignes. Par ailleurs tous les auteurs ne sont pas au fait de mes publications et peuvent à juste titre ne pas connaître ou ne pas partager mes points de vue.

Dans les différentes analyses qui suivent j'ai fait le choix de les interpréter à partir du cadre déjà cité. Bien entendu le lecteur est en droit d'utiliser d'autres filtres.

La carte N° 1 : une carte incompréhensible¹⁹



Cette carte est très intéressante car elle cumule, à mon sens, de nombreux « défauts ». Nous pouvons observer que :

- Le centre est inexistant²⁰. De ce fait le thème reste à l'initiative du lecteur.

¹⁷ Dans le sens où la carte a été détournée de sa vraie nature.

¹⁸ Partage, pédagogie et principe d'équivalence.

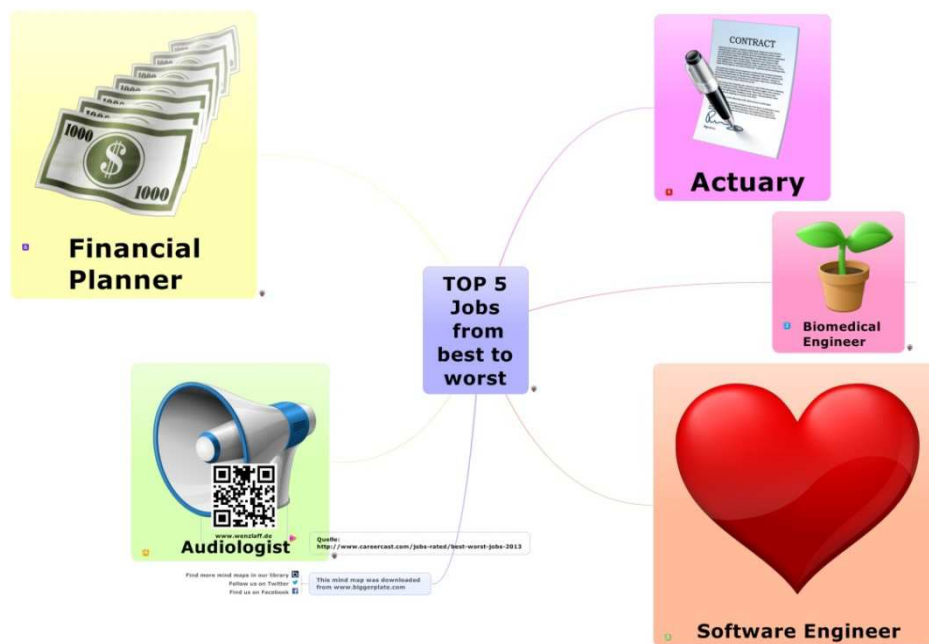
¹⁹ Cette carte est l'œuvre d'un expert en « Mind-mapping ». Elle a été récupérée sur son blog. Elle reste isolée en tant que telle et ne saurait jeter le discrédit sur l'auteur, ni sur ses compétences dans le domaine.

²⁰ Peut-on encore parler de carte mentale ?

- Les règles de base (Cf. *Tony Buzan*) sont peu respectées.
 - ✓ Des phrases au lieu de mots clés
 - ✓ Les mots clés de 1^{er} niveau ont des tailles de polices différentes
 - ✓ Différenciations des branches (*Couleurs, mises en perspectives, etc.*)
- Il n'y a aucune légende, ce qui ne facilite pas sa compréhension.
- L'intention de cette carte n'est pas très claire.
- La recherche graphique et l'émotionnel associé sont inexistants.

On peut penser que l'auteur a publié une de ses cartes mémo.

La carte N° 2 : L'information dans son plus simple appareil²¹



Quoique cette carte soit quelque peu déconcertante, son analyse reste relativement simple.

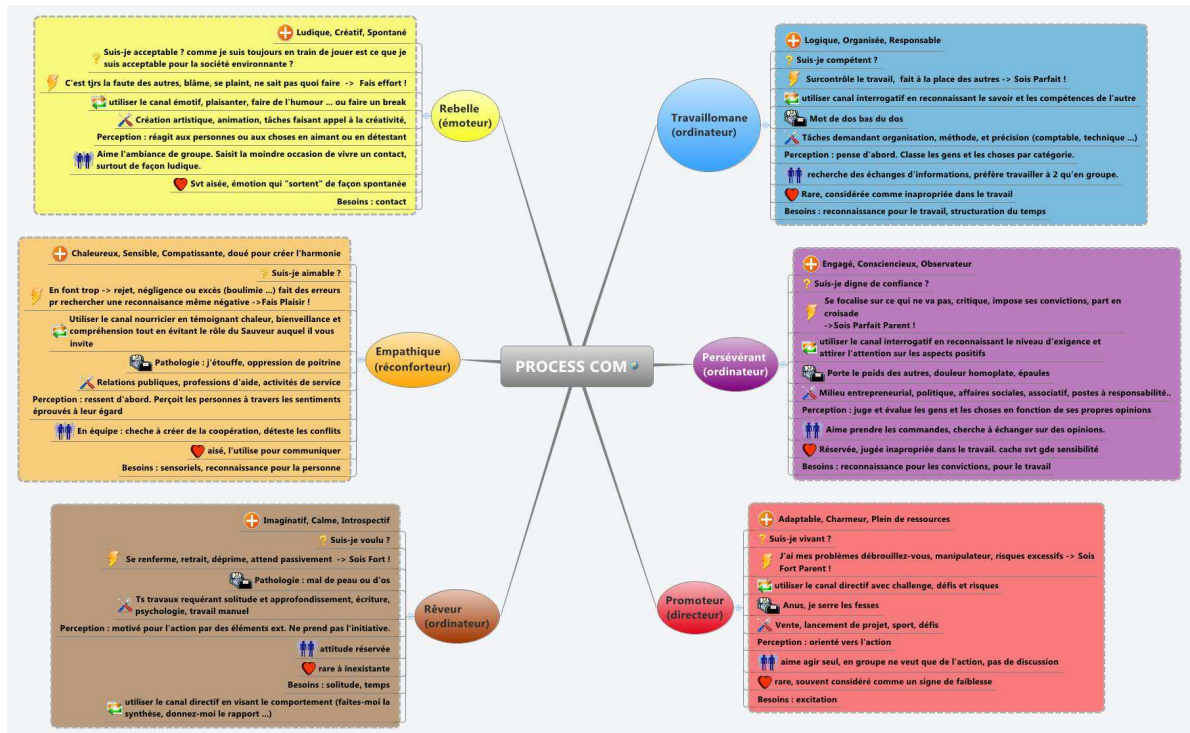
- Le centre est sous-dimensionné par rapport à son environnement.
- Les branches ne sont pas très visibles
- Les tailles des icônes sont trop importantes
- La taille de la police de caractère est aléatoire.
- Le contenu de la carte est très limité (*Faiblesse du champ lexical*)
- La recherche graphique est inexpressive (*Couleurs, relief, etc.*)
- L'intention de l'auteur dans le partage de cette carte n'est pas très claire !

Malgré quelques liens hypertextes qui permettent de rebondir sur des sites, on peut se poser la question de l'intérêt de cette carte face à un pareil dénuement ?

²¹ Cette carte a été récupérée sur le site web d'une bibliothèque de cartes. Elle reste isolée en tant que telle et ne saurait jeter le discrédit sur l'auteur, ni sur ses compétences dans le domaine.

Il est à noter que la bibliothèque en ligne, dont cette carte est extraite, ajoute quelques informations complémentaires (*Mots-clés, date, etc.*). Malheureusement, une fois la carte téléchargée, toutes les informations du site sont perdues car non contenues dans la carte.

La carte N° 3 : Surcharge d'informations²² (*Trop d'information tue l'information*)



A l'opposé de la précédente voilà une carte avec du contenu. On pourra quand même noter que :

- Le principe d'un mot par branche n'est pas respecté !
- Le centre n'est pas assez marqué.
- La diminution de la taille de la fonte est trop importante (*Manque de lisibilité*)
- Les branches sont droites²³
- Les grands pavés en couleur diminuent la perception de l'information.
- Le manque de légende est patent
- En sus du lien central, des informations complémentaires auraient été utiles.
- Les informations générales sur la carte sont manquantes (*Date, version, auteur*)

Il est quand même dommage que des informations complémentaires sur le sujet n'aient pas été insérées dans les différents mots-clés sous forme de notes.

²² Cette carte a été récupérée sur le site web d'une bibliothèque de cartes. Elle reste isolée en tant que telle et ne saurait jeter le discrédit sur l'auteur, ni sur ses compétences dans le domaine.

²³ Comme nous l'avons vu cela n'est pas un interdit en soi mais au détriment de l'esthétique.

Par ailleurs cette réalisation aurait pu être l'occasion d'utiliser le « Méta-centre »²⁴ d'une carte en augmentant les associations entre mots clés. Par exemple, on aurait pu imaginer un thème générique : le « Process Com » concrétisé par une carte comprenant les mots-clés suivants :

- historique,
- les principes,
- les types (*de personnalités*),
- des références, etc.

Le thème « Les types » aurait ainsi donné lieu à la réalisation décrite ci-dessus. En général on ne crée pas de carte supplémentaire avec le « Méta-centre ». On cherche juste à imaginer mentalement une autre carte de plus haut niveau pour la mentionner dans la carte. L'intérêt de cet exercice est de saisir toutes les occasions pour faire du lien.

Précisons rapidement deux autres catégories de « réalisations » qui ont retenues toute mon attention :

- **Les cartes mixtes** : i.e. des cartes à mi-chemin entre les cartes mentales et le dessin. Ces cartes²⁵, que l'on peut malheureusement trouver dans des bibliothèques en ligne, n'ont absolument pas leur place au sein d'un référentiel de « Mind-mapping » se revendiquant en tant que tel !
- **Les modèles de cartes non détaillés** : mettre à disposition un modèle sans explications sur son utilisation revient à faire un cadeau limité à son emballage !

PUBLIER UNE CARTE

Face à ces constats le lecteur est en droit de s'interroger : « existe-t-il une méthodologie permettant de s'assurer qu'une carte présente les caractéristiques minimum pour être mise à disposition sur internet ?

La question est cruciale mais ce serait passer sous silence d'autres interrogations toutes aussi pertinentes :

- A quel public est destinée ma carte ? (*Métier(s), âge, etc.*)
- Pourquoi mettre à disposition ma ou mes réalisations ?
- Quels sont les buts visés dans cette publication ? (*Bénéfices, valeurs, etc.*)

Dans la perspective d'une publication, ces questions constituent, de notre point de vue, le fil directeur de toute création de carte.

²⁴ Nous posons comme axiome que toute carte mentale est elle-même un mot-clef d'une ou plusieurs autres cartes de plus haut niveau (*Méta-cartes*).

²⁵ Nous ne portons aucun jugement sur ce type de réalisation. Il s'agit ici de séparer le bon grain de l'ivraie.

En pratique le lecteur tirerait avantage d'utiliser les différents constats établis ci-dessus (*Contenu, contenant*). De plus :

- La plupart des logiciels de « Mind-mapping » ont la possibilité d'insérer des notes dans les mots-clés. Cela permet un vaste champ d'expression pour éclairer le lecteur sur la signification ou l'utilisation potentielle de la carte mentale.
- La légende est aussi un élément graphique qui peut contenir :
 - ✓ du texte,
 - ✓ de la vidéo,
 - ✓ du son,
 - ✓ des images,
 - ✓ des liens hypertextes, etc.

Je me permets d'insister sur le fait que la légende d'une carte est vraiment l'endroit idoine pour faire de la promotion marketing. Par exemple, rester en contact avec les lecteurs afin qu'il puisse : donner leur avis, échanger, etc.²⁶

- Dans le cas de modèles, des exemples et des retours d'expériences pourraient valoriser la carte et son utilité.

Pour encapsuler notre point de vue, nous proposons au lecteur un canevas méthodologique en 4 étapes, destiné à la publication de cartes et de modèles :

- **Etape 1 : se questionner**
 - ✓ A qui vais-je m'adresser ? (*Mes lecteurs*)
 - ✓ Qu'est-ce que je souhaite fournir comme informations ?
 - ✓ Une réalisation similaire ou proche existe-t-elle déjà sur le net ?
 - ✓ Pourquoi je souhaite publier une carte ou un modèle ?
 - ✓ Quels seront les bénéfices ?
- **Etape 2 : créer**
 - ✓ Ma carte est-elle lisible ?
 - ✓ Le sujet est-il suffisamment documenté ?
 - ✓ Y-a-t-il des exemples ?
 - ✓ Puis-je ajouter d'autres informations ?
- **Etape 3 : vérifier et vendre**
 - ✓ Ma réalisation présente-t-elle un intérêt pour être partagée ?
 - ✓ Ai-je ajouté une légende ?
 - ✓ Me suis-je présenté ?
- **Etape 4 : publier** (*Informations à mettre sur le site*)
 - ✓ Ma carte est-elle destinée à être imprimée ?
 - ✓ D'autres informations seraient-elles utiles aux lecteurs ?

²⁶Le « Mind-mapping » reste une opportunité de faire du lien !

Bien-entendu le lecteur peut revisiter notre proposition suivant ses propres convenances. Toutefois ce canevas a le mérite de prendre en compte l'état d'esprit dans lequel se placer quand on souhaite publier. Il serait pertinent de le conserver.

CONCLUSIONS

Nous concluons cet article par quatre remarques :

Premièrement, rappelons que l'objectif de mes recherches consiste à travailler sur l'analogie neurone/carte. C'est à partir de ce cadre que j'ai proposé aux lecteurs une réflexion sur la publication de cartes, et de modèles, sur internet mais aussi, on l'aura compris, de manière plus générale de se poser la question de la carte à communiquer et des enjeux qu'elle véhicule. Dans ce sens, j'ai parfaitement conscience de n'avoir qu'effleurer le sujet.

Deuxièmement cette critique constructive des cartes m'oblige à prendre une position ferme, au regard de tous les bénéfices que la cartographie mentale apporte. Et d'ailleurs mes propres réalisations peuvent être critiquables. « La carte parfaite » n'existe pas, seul demeure un juste positionnement, sans concessions, de toujours revisiter nos publications de cartes et de modèles dans un perpétuel souci d'amélioration. Enfin telle est ma philosophie.

Troisièmement je fais une différence claire entre un site à vocation marketing et une « bibliothèque en ligne ». Personnellement dans une bibliothèque je m'attends à trouver des connaissances, des documents réfléchis, des études, etc. Certes tous les livres ne se « valent » pas, mais tous ont un contenu. Dans ce sens il me semble important de suggérer à tous ces sites de bibliothèques de cartes, de mettre à disposition quelques recommandations à destination des internautes afin de les aider dans leurs publications. Je n'ai malheureusement pas de statistiques, mais les cartes les plus consultées²⁷ de certains sites m'interpellent par leur incomplétude ! Que dire alors des milliers d'autres ?

Et enfin il peut être tentant pour un internaute de faire une carte et la publier dans la foulée. Cela est bien dommage ! Car, outre les dysfonctionnements que cette démarche opère, il rate une occasion de faire du lien, ce qui est quand même la philosophie du « Mind-mapping ». Nous savons tous à quel point la relation à l'autre est difficile, car elle impose de se retrouver sur un même territoire, d'avoir les mêmes références pour échanger. La carte est justement cet espace des « JE » où le créateur et le lecteur peuvent se rencontrer. Pourquoi s'en priver ? Pourquoi ne pas investir dans un peu plus de méthodologie et de temps pour transformer la virtualité du lien web en quelque chose de concret : le plaisir du lecteur ?

WEBOGRAPHIE

On pourra consulter aussi avec intérêt l'ebook de **Hans Buskes & Philippe Packu** sur le même thème : <https://itunes.apple.com/us/book/a-practical-mind-map-tester/id808255491?mt=11>

²⁷Certains sites classent les cartes les plus consultées dans une catégorie appelée « top-ten ».

REMERCIEMENTS

- Philippe PACKU pour nos nombreux échanges sur ce thème.
- Isabelle CHICOT dont la perspicacité et l'à-propos dans sa relecture m'ont été très précieux.