



LA COMMUNICATION ORALE

PARLER EN PUBLIC

RACONTER ET INTERESSER	2
COMMENT RELANCER L' ATTENTION	3
LES NOTES	5

RACONTER ET INTERESSER

Captiver un auditoire ou un interlocuteur en racontant une histoire vécue ou non, ce n'est pas si simple. Il existe plusieurs procédés pour intéresser celui qui écoute. Ce sont les commentaires.

➤ Le principe des commentaires

Les événements les plus rocambolesques peuvent être racontés de façon ennuyeuse. Inversement, une histoire anodine peut captiver un auditoire. Celui-ci s'intéresse aux actions racontées, mais il est surtout sensible à la manière dont celui qui raconte a vécu la situation, et à la façon dont il rend compte. Autrement dit, l'auditoire s'intéresse en premier lieu aux commentaires sur l'action elle-même.

➤ Le commentaire du conteur

Le récit s'arrête pour expliquer à l'auditoire où se trouve précisément l'intérêt de l'histoire, pour porter une appréciation, un jugement sur l'histoire.

Exemple : « C'était terrible ! Il y a eu au moins douze personnes de tuées par cet ouragan. C'était la première fois qu'on en voyait un aussi violent. »

Le récit s'arrête pour intercaler entre les actions une remarque sur soi-même, sur les sentiments, les émotions éprouvés au moment des faits.

Exemple : « Alors là, je me suis dit, mon petit vieux, ça y est, tu vas y passer ! »

➤ Le point de vue extérieur

Le récit s'arrête pour reproduire le dialogue qui a eu lieu entre les protagonistes.

Exemple : « Je lui ait bien dit, à Paul, tu te rends compte ! C'est la première fois que je vois autant de caravanes retournées ! »

Le récit s'arrête pour laisser intervenir une tierce personne qui porte un jugement sur les événements présentés.

Exemple : « Le lendemain, à la radio, le journaliste il disait que l'ouragan avait été d'une violence exceptionnelle et qu'il avait tué plus d'une douzaine de personnes ! »

➤ La suspension de l'action

Le récit s'arrête pour laisser place à des descriptions d'action qui révèlent la tension des personnages.

Exemple : « Le vent est brutalement tombé. Je continuais à serrer le poignet de mon fils. Un moment plus tard je l'ai lâché. J'ai regardé son poignet, il était tout rouge. »

Le récit s'arrête pour prendre à partie son interlocuteur, son auditoire.

Exemple : « Tenez, vous me comprenez, c'est comme si d'un seul coup vous n'aviez plus de toit sur votre maison. »

COMMENT RELANCER L'ATTENTION

Deux procédés permettent d'accrocher son auditoire et de relancer son attention lorsqu'elle faiblit. Il s'agit de la forme personnelle et de la parole rapportée. Ces procédés de rupture dans le discours sont à utiliser ponctuellement.

➤ **L'anecdote**

Le récit d'une aventure dont on a été témoin ou acteur, en brisant le cours d'un discours magistral, provoque un effet de rupture. L'anecdote satisfait la curiosité de l'auditoire quant à la personne de l'orateur et permet une indentification. Elle ménage une courte pause qui va relancer l'intérêt. Toutefois, il faut veiller à ne pas s'égarer du thème de son propos pendant une heure.

➤ **Le « Vous »**

Pour impliquer directement ceux qui écoutent, on peut utiliser des expressions qui les interpellent : « Vous avez pu remarquer... ; Vous avez constaté... » Par ce procédé, on s'adresse directement à tout le monde et à chacun en particulier. On remporte l'adhésion de l'auditoire en sollicitant régulièrement sa participation dans le discours.

➤ **La citation directe**

On interrompt son propre discours pour rapporter les paroles de quelqu'un d'autre. Le choix de la personne et de ses propos doivent accrocher l'auditoire. Il faut que cette personne soit connue de tous pour que sa citation ait un sens.

➤ **La pensée personnelle**

On raconte sa réflexion. On fait partager un raisonnement personnel, le cheminement de sa pensée. L'auditoire a alors l'impression d'assister en direct, de participer à la naissance de cette réflexion.

➤ **La pensée attribuée**

On laisse entendre que l'on sait ce que l'auditoire a pensé. C'est flatteur pour ceux qui écoutent, on va parler d'eux. C'est une façon de faire adhérer à la thèse qu'on propose.

L'HUMOUR UN INSTRUMENT DE SEDUCTION

■ Le rôle de l'humour

• On utilise l'humour pour créer un moment de détente, de rire, dans un discours sérieux.

Son emploi relance l'attention et introduit une sorte de récréation dans un discours structuré.

• Comment procéder ?

Il faut créer un écart entre ce que l'auditoire attend et ce qui est dit à un moment donné du discours. On peut utiliser :

– L'exagération : on augmente ou on diminue excessivement la vérité des choses.

Ex. : « roux comme un Irlandais peint par Van Gogh. »

– Le jeu de mots : on peut jouer sur les sons du mot.

Ex. : « As-tu vu Montecristo ?

Non, je n'ai vu monter personne. »

– On peut aussi jouer sur les différents sens d'un même mot.

Ex. : « Tu as là de quoi bâtir un roman !

Je préférerais une petite villa sur la côte ! »

– Les jeux d'attitude : on met en contradiction son attitude avec le sens de son discours. Par exemple, dans un développement sur les vertus du rangement, on fait mine de chercher dans toutes ses poches un stylo ou ses lunettes.

■ Exemple commenté

Voici quelques aspects illustrant divers procédés de l'humour tel que le pratique Jacques Séguéla dans une conférence : « Séguéla raconte la pub. »

• Les jeux d'attitude

Ils sont en rupture par rapport au sérieux habituel du conférencier.

– Au début, Jacques Séguéla entre sur scène comme sur un ring. Il est vêtu d'un peignoir de boxeur en soie bleu et porte des gants de boxe.

– Un peu plus tard, pour introduire la publicité en Asie, il met un chapeau chinois.

– À un autre moment, il retourne sa veste, une doublure tricolore apparaît : Jacques Séguéla parle de la publicité française.

• Les formules chocs

Le publicitaire Jacques Séguéla s'adresse au public : « Connaissez-vous l'inventeur de la pub ? C'est Jésus-Christ. Il a le plus beau slogan : aimez-vous les uns les autres. Il a le plus beau logo : ICTUS, le plus beau lieu de ventes : les cathédrales et la meilleure promotion : les miracles ».

• Les histoires drôles

Jacques Séguéla explique que l'un des ressorts de la publicité est l'absence de logique. Pour expliquer cela, il raconte l'histoire suivante avant de projeter « un film pas logique. »

Un Belge rencontre un type et dit : « Ton boulot, ça va ?

– Oui, dit l'autre, je suis des cours de logique, tu vas voir :

– tu aimes les aquariums ?

– Oui, dit le Belge.

– Alors tu aimes les poissons, donc tu aimes la nature, donc tu aimes les hommes, donc tu aimes les femmes. »

Le Belge rencontre son patron et lui annonce qu'il suit des cours de logique et qu'il va lui faire une démonstration.

« – Aimez-vous les aquariums ?

– Je déteste cela, dit le patron.

– Alors, c'est que vous êtes pédéraste. »

LES NOTES

Lorsque l'on veut communiquer un message de manière efficace, il est utile de parler à partir de ses notes. Lorsque l'on désire que la présence à une conférence soit utile, on prend des notes.

➤ Des notes pour parler

Les notes permettent d'avoir le fil de son discours présent sous les yeux. On ne risque pas de s'égarer ni d'oublier un point de sa communication.

Le fait de noter son discours mobilise plusieurs sens : la vue ou l'ouïe, et le toucher ce qui facilite la mémorisation.

La fiche de notes est une aide matérielle qui sécurise celui qui doit parler.

➤ L'organisation de la fiche de note

Sur quoi noter ? Utiliser des fiches de même format. Les petits formats permettent de tenir les fiches dans la main pendant qu'on parle.

Que noter ? Les idées essentielles. Ce qu'on ne doit pas oublier de dire. Les mots exemples : ce sont des mots qui évoquent une situation qu'on va présenter comme exemple. Les données chiffrées. Les sources d'information.

Comment noter ? N'écrire que sur un seul coté de la fiche, numéroter les fiches. Un seul aspect du problème par fiche.

Organiser la fiche, elle doit ressembler à la table des matières d'un livre. Utiliser des couleurs différentes pour les idées et les mots exemples. Prévoir une marge pour ajouter des remarques après la prise de parole.

➤ Des notes pour écouter

La prise de notes entraîne à ne relever que les mots clés d'un discours.

Lorsqu'on est en désaccord avec les idées de celui qui parle, on inscrit en marge de la prise de note de l'argument qu'on pourra opposer.

S'y reporter par la suite.

➤ La prise de notes

Sur quoi noter ? Utiliser un bloc-notes ou des feuilles de même format.

Que noter ? Les références de la prise de notes (date, auteur, thème, livre, émission...)

L'organisation du discours : les grands thèmes, les informations nouvelles. L'essentiel du sujet. Les questions que l'on se pose pendant l'exposé.

Comment noter ? N'écrire que sur un seul coté des feuilles. Numéroter les feuilles lorsqu'elles sont séparées. Employer les abréviations usuelles, les signes mathématiques. Inventer des abréviations propres à l'exposé, en début de la feuille de notes.

SEPT MANIÈRES DE PRENDRE DES NOTES

