



UP3 COMMUNICATION

3A – S5 : EXPRESSION ORALE

DÉCEMBRE 2012 / JANVIER 2013

FONDAMENTAUX DE LA PRISE DE PAROLE EN PUBLIC

Qu'est la prise de parole en public ?

C'est l'acte de parler qu'effectue un individu devant une personne ou un groupe de personnes, dans le but d'amener le public à adhérer à une opinion, à effectuer une action. Cela peut avoir lieu dans diverses situations :

Le Principe : TRANSMETTRE UN MESSAGE

Transmettre, c'est utiliser son corps, sa voix, son regard pour créer un rapport avec le public et lui délivrer le message.

Le message, c'est avant tout une logique de pensée, traduite par des mots, qui en donne un sens littéral. Ce sens est enrichi par la communication non verbale.

Le coeur du message, ce que vous voulez que le public retienne, l'essentiel, vous devez le synthétiser en 3 phrases maximum.

L'OBJECTIF : votre moteur principal

Quelle est la véritable raison d'être de l'évènement et de votre intervention ? Quel objectif poursuivez-vous et pourquoi ? En quoi le fait de parler en public apporte une valeur ajoutée à votre message ? (Vous pourriez le délivrer par un écrit, alors pourquoi l'oral ?)

Pour trouver votre objectif, posez-vous cette question :

Que voulez-vous que votre auditoire fasse à l'issue de votre intervention ?

Un objectif est clair, simple, mesurable, faisable.

Exemple : augmenter le chiffre d'affaire mensuel de 5% ; obtenir la signature de ce contrat avec ce client d'ici tel date; etc...

C'est à partir de cet objectif que vous allez construire votre intervention et l'action qui en découle .

Informé n'est ni une action ni un objectif : c'est un moyen d'atteindre l'objectif ou de nourrir l'action. Toute communication utilise de l'information, quelle qu'elle soit.

Quelques notions de communication

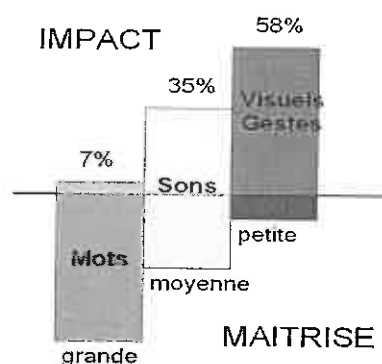
Impact et maîtrise de la communication de l'orateur

D'après Albert Mehrabian, professeur à l'UCLA (Université Californie Los Angeles - 1960), l'impact de la communication passe à :

- 58% par le visuel, le non-verbal
- 35% par les sons, le paraverbal
- 7% par les mots, le verbal.

A contrario, la maîtrise de ces trois champs est inverse : on a une grande maîtrise des mots et une faible maîtrise des gestes, de son corps.

On évalue donc à 93% l'impact du non-verbal étendue (geste + voix) dans la communication orale.



La communication, c'est ce que l'autre a compris

Votre auditoire ne vous juge pas en général par rapport à votre préparation, ni par rapport à la validité de vos arguments : il vous juge par rapport à ce qu'il comprend, et si ce qu'il comprend n'est pas ce que vous aviez prévu, c'est vous qui en êtes responsable.

L'auditoire perçoit avant tout la couleur du message, son sens général, sa logique. Il comprend le message via le filtre de ses connaissances, de sa culture, de son savoir préexistant. Il est influencé par sa propre compréhension des choses.

Il est vain de penser que l'on est intrinsèquement écouté. Nos propos sont plutôt recontextualisés par la personne qui nous écoute. La parole de chacun est évaluée à l'aune de la capacité de l'autre à recevoir. Inévitablement transformée, elle n'est pas nécessairement déformée.

Il est donc essentiel de s'interroger au préalable sur votre public : qui est-il ? Quelles expertises du sujet a-t-il ? Qu'attend-t-il de vous ? Est-il en résistance, neutre ou allié à votre message ?

En ce qui concerne les mots, un auditeur attentif retient 20% de ce qu'il entend. Il nous faut être humble face au langage verbal, mais il est essentiel de l'adapter au public ciblé.

Se préparer à une prise de parole en public

Prendre la parole, c'est donc mobiliser ses outils non-verbaux : voix, corps (comment dire?) au service du message à transmettre, du verbal (quoi dire?) pour atteindre un objectif (pour quoi dire?)

Avant d'enclencher la construction d'un message, il est opportun de se questionner :

- **QUOI ?** Quelle est la problématique ? Quel est le message, qu'est-ce que je veux dire ?
- **A QUI ?** A qui je m'adresse, à quel public mon message est-il destiné ? Quelles connaissances préalables a-t-il du sujet ?
- **POURQUOI ?** quel est mon objectif ? Qu'ai-je envie qu'ils retiennent ? Quel intérêt ont mes auditeurs à écouter l'information que je vais leur délivrer ? Quel est leur bénéfice ? **Qu'est ce que je veux que mon auditoire fasse à l'issue de mon intervention ?**

Quelques conseils :

- Choisir un angle de traitement, d'attaque correspondant aux attentes de l'auditoire
- Limiter son temps de parole. Synthétiser, clarifier et illustrer (exemples significatifs)
- Décider du message que vous voulez transmettre et de sa progression logique
- Préparer votre accroche, vos transitions et votre conclusion
- Noter les points forts que vous utiliserez et le moment où vous le ferez.

FICHE OUTIL 1 : PRÉPARER LE FOND

DETERMINER LA PROBLÉMATIQUE ET VOTRE PARTI-PRIS

- Discerner le thème sur lequel se rapporte votre message
- Déterminer la position, l'opinion que vous avez

IDENTIFIER VOTRE AUDITOIRE

- A qui vous adressez-vous ? Quel type de public ? Quel effectif ?
- Quelles sont les attentes du public ? Degré d'expertise du sujet traité ? Réticences, résistances ? Bénéfices ? Domaines d'accroche, d'accord avec votre message ? Quels sont ses symboles, ses croyances, etc... ?

FORMULER VOTRE OBJECTIF ET LE COEUR DU MESSAGE

- Déterminez quel est votre objectif de prise de parole :
je veux que mes interlocuteurs fassent quelque chose à l'issue de votre intervention
Ex : Qu'ils votent pour vos idées, soient relais d'information, s'engagent sur le terrain... ?
- Déterminez votre logique de pensée : résumez pour vous en trois phrases maximum le coeur de votre message. Que doit retenir le public à la fin de votre intervention ?

Ces éléments sont la colonne vertébrale, les fondations solides de votre prise de parole, de votre implication et de votre impact.

SELECTIONNER VOS ARGUMENTS PAR RAPPORT A L'AUDITOIRE

- Commencez par faire l'inventaire de la matière à disposition pour traiter votre sujet. Sélectionnez ensuite les contenus en fonction du public, du temps à disposition et des objectifs de votre exposé.
- Questionnez-vous : avez-vous un point d'appui commun entre vos auditeurs et votre opinion ?
- Si les auditeurs adhèrent à votre opinion, quel bénéfice vont-ils en retirer ?
- Ne cherchez pas à être exhaustif par rapport à votre sujet. Préférez la mise en valeur d'un point de vue personnel, de résultats pertinents, de convictions fortes.

DETERMINER LE STYLE D'INTERVENTION

- Quelle forme adopter ? Exposé, réunion, débat, conférence, entretien
- Quel style ? Directif, magistral, participatif, pédagogique
- Quels outils complémentaires ? Microphone, diaporama, tableau blanc, paper-board, photos, vidéo, sketch, musique...
- Quelle disposition spatiale ? salle de réunion, de conférence, disposition des tables, des chaises si vous avez la possibilité de choisir. Sinon renseignez-vous le plus possible pour vous approprier le lieu et vous y sentir à l'aise.

CHOISIR LE TITRE

- Choisissez un titre concis, fidèle et représentatif du sujet que vous allez traiter.
- Préférez un titre accrocheur qui éveille la curiosité. Pour le rendre attractif, utilisez une forme interrogative ou une formule qui attire l'attention.

INTRODUIRE

- L'introduction doit être brève (1 à 2 minutes), elle délimite le sujet et les contours de votre intervention.
- Accueillir le public, se présenter, nouer la relation avec le public, donner le cadre de votre intervention.
- Indiquez le cœur de votre message ainsi que le plan de présentation.
- Motivez l'auditoire : annoncez perspectives et bénéfices

DÉVELOPPER LE SUJET

- Organisez une chronologie et une structure entre les notions abordées. Faites ressortir les notions essentielles, les principaux résultats.
- Mettez bien l'accent sur votre apport personnel, surtout dans des exposés tels que soutenance de fin d'études...
- Pensez « structure narrative » pour rendre le développement plus attractif

CONCLURE

- Pour terminer, faites une synthèse de votre logique de pensées, de vos idées forces, de vos arguments clés. Indiquez les éléments de réponses que vous pouvez apporter à vos questions de recherche et hypothèses.
- Mentionnez les nouvelles pistes de réflexion ou les retombées.
- Remerciez le public de son attention.

Quelques conseils de préparation avant l'intervention

Soigner son hygiène de vie

- éviter les abus d'alcools et les excitants
- bien dormir la veille de l'intervention
- s'hydrater

Préparer son apparence, l'image transmise par les vêtements

Soigner sa tenue vestimentaire, qu'elle soit en adéquation avec la situation, le lieu et le public lors de la prise de parole en public. Choisir des vêtements qui mettent en valeur, permettent de se sentir à l'aise, en harmonie, en cohérence avec son « personnage », sa logique de pensée, son message.

Tester le matériel

Tester la salle et le matériel : micros, connexions électriques, ordinateur, vidéo projecteur, écran, paper-board, crayons...

Appréhender son trac

- Connaître son trac: *cf. le chapitre sur le trac sur l'intranet*
- Respirer et prêter attention à vos sensations, se relaxer : *cf le chapitre des exercices.*
- Diminuer les enjeux, recadrer la situation, envisager la prise de parole comme un message à délivrer à un auditoire et omettre les incidences (évaluation, décision...)
- Se concentrer sur le sujet à aborder : se remémorer l'objectif visé et le fil conducteur, le cœur du message, la logique de pensée de l'intervention : plan du discours, transition, passages primordiaux.

Les défauts d'expression apparaissent dans la vie de l'homme concomitant à la peur de prendre la parole, on peut faire l'hypothèse que c'est l'instinct de survie face au danger qui génère le tic gestuel (cet instinct réside dans la partie reptilienne du cerveau).

Les défauts d'expression traitent le trac, ce sont des moyens de survivre dans une ambiance hostile.

Faire la chasse aux défauts ne sert à rien, il faut supprimer la peur.

FICHE OUTIL 2 : Les 5 Actions Fondamentales de la Prise de Parole en Public

L'entrée : avant même de parler, 5 étapes à respecter :

1- Prendre l'espace , s'avancer

2 – Accueillir par le regard : ouvrir la relation, entrer en contact avec le public, Regarder

3 – Respirer : activer l'instrument, trouver l'aisance en soi et se mobiliser intellectuellement, physiquement, émotionnellement

4 – Accueillir par le corps: S'Ancrer et S'Ouvrir, se mouvoir avec une posture verticale, être présent à soi et aux autres, porter le message, rendre au corps son éloquence

5 – Sourire : faire plaisir et se faire plaisir

Alors vous pouvez commencer à parler : transmettre son message avec les mots et la voix.

Le tout est conduit par l'acte de PENSER : la communication non-verbale traduit nos pensées en actes et mouvements vocaux et physiques. Et si vous pensez à votre objectif, grâce à votre préparation, les mots adéquats vous viendront naturellement.

La sortie : Les mêmes étapes en sens inverse

1 – Conclure par la voix et le geste : inflexion vocale, geste de fin

2 – Sourire pour remercier et le dire

3 – Regarder pour alimenter jusqu'à la fin le contact

4 – Ecouter le public un temps pour répondre aux questions éventuelles

5 – Sortir

Les 5 actions fondamentales sont détaillées dans les pages suivantes et plus en détail sur l'intranet.