Techniques d’expression et de communication

Formatrice : O. Ouazzani

TECHNIQUES DE L'EXPOSE ORAL

1. **LA PREPARATION DE L'EXPOSE**

**1/ IDENTIFIER ET FORMULER L'OBJECTIF :**

-L'objectif de l'exposé n'est pas son sujet.

-Identifier et formuler l'objectif, c'est préciser la réaction que l'on cherche à obtenir chez l 'auditoire.

-On peut identifier quatre niveaux d'objectifs en fonction de l'implication attendue des destinataires.

**OBJECTIFS NIVEAU D'IMPLICATION**

* Faire agir
* Convaincre
* Attirer l'attention
* Informer

**2/ CONNAÎTRE L'AUDITOIRE :**

 Cette opération est complexe car il n'y a pas de public homogène. Il convient bien souvent d'identifier :

-des caractéristiques

-des attitudes communes à un groupe donné.

-des attentes

Savoir à qui l'on s'adresse détermine non seulement l'objectif mais la forme et le contenu de la communication.

 **Principales caractéristiques d'un public**

-Composition : public homogène ou hétérogène.

-Age, ancienneté.

-Niveau hiérarchique.

-Qualification.

-Niveau culturel.

-Centres d'intérêts : Professionnels ou personnels.

 **En fonction des caractéristiques des auditeurs, il convient de :**

-S'informer sur leurs centres d'intérêts.

-Évaluer les attentes.

-Tenir compte d'éventuels a priori.

-Se renseigner sur la culture du groupe.

-Évaluer leur niveau de connaissance du problème.

Une meilleure connaissance du public passe quelquefois par un contact préalable avec une personne représentative du groupe considéré.

Ce recueil d'information permet de :

-**Cibler** l'intervention.

**-Préparer** l'argumentation adaptée.

**-Choisir** le vocabulaire approprié.

**-Prévoir** les réponses aux questions et critiques.

**II LA STRUCTURATION DE L'EXPOSE**

**1/ COMMENT CHOISIR UN PLAN :**

Le choix d'une structure d'exposé doit tenir compte de :

-L'objectif poursuivi.

-Du sujet traité et de sa logique interne.

-De la population à laquelle on s'adresse et en particulier ses structures mentales, ses

mécanismes logiques spontanés (culture, formation, milieu social et professionnel...).

-Sa propre logique spontanée, sa tendance naturelle à être plus à l'aise dans telle ou telle structure.

**2/ LA STRUCTURE TYPE D'UN EXPOSÉ :**

**INTRODUCTION**

* Situer le sujet
* Formuler la problématique
* Annoncer le plan
* Accrocher l'auditoire : nature, définition, délimitation du sujet.

Intérêt, importance, du sujet en général et pour l'auditoire

* Résumer en quelques phrases les enjeux de l'étude.
* Expliciter l'objectif poursuivi.
* Indiquer les grands points traités, les noter au tableau
* Retenir l'attention dès les premières minutes en utilisant une image frappante, une question, un paradoxe, une citation

**DEVELOPPEMENT**

* Le plan
* Les différentes parties
* Les transitions
* Choisir un plan pertinent et s'y tenir
* Ne conserver que deux ou trois points de développement. Chacun d'eux fera l'objet d'une partie distincte comprenant

 - une brève introduction

 - un développement

 - une conclusion partielle

 - Équilibrer les différentes parties. Elles doivent être soignées et permettre un véritable enchaînement. Elles peuvent être un résumé partiel de ce qui a été dit

**CONCLUSION**

* Résumer ce qui précède
* Conclure
* Ouvrir un débat
* Effectuer une rapide synthèse de ce qui a été dit auparavant.

**Conclure peut être :**

- énoncer une affirmation ou un doute

- résoudre un problème

- poser un nouveau problème

- proposer une action ou une réflexion

- resituer dans un contexte plus large et d'avenir.

-Faciliter les questions.

-Inviter l'auditoire à s'exprimer et à donner son point de vue.

**3/ QUELQUES TYPES DE PLANS :**

3.1. Exposés démonstratifs

Objectif : informer, décrire, expliquer, démontrer.

\* LE PLAN LINEAIRE

● Dans l'espace :

Ex. : description par exemple d'une usine hydroélectrique

( 3 ou 4 parties possibles )

**Barrage ou prise d'eau**

● Dans le temps : exposé chronologique

Ex. : Description d'une expérience scientifique.

\* LE PLAN PAR CATEGORIES [OU TOPIQUE]

Présentation de catégories dont chacune contiendra les éléments correspondants du sujet.

- Aspect politique, social, économique, religieux...

- Ressources naturelles, humaines...

- Relief, climat, démographie, ressources.

**3.2. Exposés persuasifs**

Objectif : persuader, convaincre, faire prendre une décision.

**\* LE PLAN EN CHAINE OU PAR ACCUMULATION**

Série d'arguments découlant les uns des autres en faveur de la thèse soutenue.

Notion de somme.

**\* LE PLAN PAR ASSOCIATION**

- Groupement d'arguments de même nature en faveur de la thèse soutenue (sans liens entre eux).

- Arguments psychologiques

- Thèse Arguments techniques

- Arguments économiques

**\* LE PLAN DIALECTIQUE**

- Thèse : une proposition.

- Antithèse : un contre-projet.

- Synthèse : un nouveau projet conciliant les diverses exigences.

**III LE DEROULEMENT DE L'EXPOSE**

**1/ L'ARGUMENTATION :**

Elle doit être rigoureuse et respecter certains principes :

**1.1. Un argument doit être rigoureusement étayé. Il peut être** décomposé en trois étapes :

- Énoncer l'idée force, l'argument lui-même,

- Énoncer plusieurs sous-arguments tendant à justifier la position annoncée, choisis si possible dans des champs différents,

- Illustrer chacun par des références à des situations, à des faits précis, incontestables, à des données chiffrées.

**1.2. L'argument doit être adapté à la cible**

Il n'y a pas de bonne argumentation dans l'absolu. Ex. : La publicité (discours spécifique en fonction du public visé).

1.3. Il faut distinguer les arguments rationnels et émotionnels.

1.4. Il faut prévoir les arguments qui vont nous être opposés

- Soit pour les réfuter rigoureusement.

- Soit pour les anticiper.

**2/ L'ADAPTATION DU DISCOURS À L'AUDITOIRE :**

**2.1. Utiliser un vocabulaire accessible à tous**

Si le langage technique et les abréviations sont utiles entre professionnels, communiquer avec un public non spécialisé nécessite non seulement de traduire les termes techniques et les abréviations mais aussi de leur donner du sens.

**2.2. "Concerner le public"**

En partant de leurs préoccupations propres et des véritables enjeux que soulève pour l'auditoire le sujet abordé.

**3/ LA PRISE EN COMPTE DES RÉACTIONS DE L'AUDITOIRE :**

Il ne faut pas attendre la fin de l'exposé pour s'intéresser aux réactions de l'auditoire.

Certains indices non-verbaux, certaines réactions au cours de l'exposé nous renseignent sur le niveau de réception.

Les interventions du public peuvent globalement répondre aux objectifs suivants :

- Demande de précisions, d'informations complémentaires,

- Contestation de certains aspects développés,

- Réfutation d'un aspect de l'argumentation,

- Développement de contre-arguments,

- Évaluation globale du travail présenté,

- Opposition de principe.

On peut opter pour deux types d'organisation.

**3.1. Répondre aux questions au coup par coup**

Cela permet une participation régulière et spontanée ainsi que des interactions dans le public.

**Le risque :**

- chacun peut donner son avis et la logique de l'intervention est perdue,

- négliger certains participants.

**3.2. Recueillir les questions en faire une synthèse et organiser une réponse de façon structurée autour de nouveaux thèmes mis en évidence.**

**Le risque** : un second exposé succède au premier et anéantit la dynamique de l'échange.

Quelque soit le choix il faut en informer le public dès le début de l'intervention.

Les règles du jeu des réponses aux questions étant posées il convient de :

- recueillir les réactions, questions, opinions que les uns et les autres veulent exprimer,

- développer une attitude d'écoute même lorsqu'on se sent agressé,

- ne pas chercher à se justifier à tout prix,

- reformuler la question ou la critique afin de s'assurer que l'on a bien compris,

- répondre avec précision et sérénité,

- questionner pour préciser les points obscurs,

- accepter l'idée que les autres ont le droit de penser différemment,

- répondre en restant sur le terrain rationnel sans dériver vers le plan affectif.

**4/ L'UTILISATION DE SUPPORTS :**

- Le support visuel appuie et complète la partie orale de l'exposé.

- Il est destiné en premier lieu à faciliter la compréhension du message et à améliorer la mémorisation.

- On retient généralement beaucoup mieux ce qui est vu et entendu.

- Le support visuel doit être simple, concis et dépouillé. Ainsi il sera très rapidement assimilable par l'auditoire qui pourra donc diriger son attention sur ce qui est dit.

 Lorsqu'on introduit un document, une projection, un transparent, un plan il faut annoncer clairement de quoi il s'agit et à quelle fin on l'utilise.

 Il faut ensuite commenter le support au fur et à mesure que l'auditoire en prend connaissance en montrant le lien avec le contenu exposé et en en justifiant l'intérêt.

**4.1 Les transparents**

**AVANTAGES INCONVENIENTS**

* Renforts visuels très efficaces pour

les sujets techniques (croquis, schémas, dessins).

* Meilleure mémorisation des messages clés grâce à la visualisation.
* Image de marque supérieure au paper-board quand ils sont de bonne qualité.
* Reproductibles.
* Gains de temps et de qualité visuelle puisqu'ils sont préparés à l'avance.
* Pas de perte d'attention et de concentration liée à la lecture individuelle d'un document.
* Moins conviviaux que le paper-board. Mieux adaptés à l'exposé magistral qu'aux méthodes participatives.
* Investissement de temps dans la conception si l'on veut qu'ils soient de bonne qualité.
* Quelquefois, difficultés de manipulation et de visualisation liées à la disposition géographique de la salle.
* Nécessité de disposer d'un écran et d'un rétroprojecteur.

**4.2. L e paper - board ou le tableau fixe**

***AVANTAGES INCONVENIENTS***

* Permet de noter des informations qui resteront sous les yeux des participants pendant toute la durée du stage (tableau fixe).
* Permet de ménager des silences.
* Permet les retours en arrière (tableau de papier).
* Convivial et participatif, permet de noter les apports des participants, bon reflet du travail commun d'un groupe (recherche d'idées, brainstorming, exercices divers).
* Permet d'improviser des schémas en réponse à une question posée.
* Oblige à tourner le dos aux participants pendant son utilisation.
* Manque de lisibilité de l'écriture, de clarté des schémas.
* Perte de temps pendant le tracé des schémas.

**4.3. Les diapositives ou photographies**

***AVANTAGES INCONVENIENTS***

* Permettent la visualisation de lieux , d'installations, de matériels que l'on ne peut pas montrer aux participants.
* Caractère attrayant et image de marque (diapositives notamment).
* Coût de réalisation (diapositives et montage A.V notamment).
* Transport et manipulation du matériel (montage A.V notamment).
* Côté "spectacle" qui ne favorise pas forcément la participation.