



*Instruire, toucher et plaire par la
Communication*

Par

Jacob

GNAMMOU

Préface : Prof N'koué Emmanuel SAMBIENI

Ce livre est la propriété de :

M.

Mme

Mlle

Nom :

Prénoms :

Profession :

Téléphone :

Email:

INSTRUIRE, TOUCHER ET PLAIRE PAR LA COMMUNICATION

Essai

Octobre 2020

Jacob GNAMMOU

DU MÊME AUTEUR

Éveillez le Champion qui est en vous pour amorcer
votre réussite, *IPI Imprimerie, 2018.*

Photographie de couverture : Abd Rahamane CHABI SOUBO

Conception de couverture : Jacob GNAMMOU

« Si vous dites mal ce que vous faites bien, chacun croira que vous le faites mal. Dites bien ce que vous faites mal et l'on croira que vous le faites bien. »

Michaël AGUILAR

Sommaire

Introduction.....	6
Pourquoi ai-je écrit ce livre ?	7
Remarques sur les terminologies utilisées dans le livre	9
Conseils pour une lecture utile du livre	9
Partie 1^{ère} : L'éloquence : une exigence professionnelle aux multiples facettes	11
Qu'est-ce que l'éloquence ?	12
Les facettes de l'éloquence	12
Droit de parler, devoir de se taire !	14
La parole, plus qu'un besoin, un droit !	14
Partie 2 : Les règles de base pour une communication non verbale attrayante	19
L'environnement comme canal de communication.....	21
Règle n° 1 : Gérez judicieusement le temps et l'espace	21
La voix : le contenu d'accord, mais le contenant d'abord.....	24
Règle n° 2 : Votre voix détermine la pertinence de votre discours.	25
Règle n° 3 : De l'utilisation de votre voix	28
Silence : votre regard, votre posture et votre physique parlent pour ou contre vous !.....	29
Règle n° 4 : Ne pas négliger l'aspect physique de votre présentation	30
Règle n° 5 : Doit-on parler assis ou debout ?	44
Règle n° 6 : Coordonnez vos gestes à la posture de votre corps.....	47
Règle n° 7 : Embrassez le public du regard.....	56
Partie 3 : Les secrets d'une excellente prestation orale.....	58
Règles avant la prise de parole.....	59
Règle n° 8 : Utilisez la peur et le trac en votre faveur.....	59
Règle n° 9 : Anticipez les conditions de l'intervention.....	62
Règle n° 10 : Cernez bien les attentes du public	63
Règle n° 11 : N'improvisez pas, préparez plutôt votre intervention	65
Règle n° 12 : Testez votre discours.....	69

Règles pendant la communication verbale	72
Règle n° 13 : Sachez bien gérer vos vade-mecum (mémento)	73
Règle n° 14 : Veillez à la cohérence du discours	75
Règle n° 15 : Rendez votre intervention parlante	76
Règle n° 16 : Soyez immédiatement percutant	78
Règle n° 17 : Soyez l'homme ou la femme de la situation.....	80
Règle n° 18 : Ne jouez pas un rôle.....	82
Règle n° 19 : Ponctuez votre communication	83
Règle n° 20 : Acceptez vos émotions.....	85
Règle n° 21 : Séduisez votre auditoire.....	86
Règles à observer à la fin de l'élocution	88
Règle n° 22 : Sachez gérer les questions	89
Règle n° 23 : Se recueillir une fois le discours terminé.....	91
Règle n° 24 : Soyez dans une dynamique de perfectionnement.....	92
Partie 4 : Analyse du mode de communication chez les leaders religieux, les hommes/femmes politiques et les enseignants	94
La communication chez le leader religieux : une évolution au rythme des mentalités ?	96
Religion versus Spiritualité : les dogmes vont-ils triompher de la raison ?.....	96
Quels enseignements pour un peuple « rationnel » ?.....	98
Sens et portée de la communication en politique	101
La communication non verbale : un indice expressif de crédibilité en politique	101
Sept techniques pour réussir ses prises de paroles en politiques .	102
Convaincre sans vaincre : une approche de communication univoque chez l'enseignant	104
La classe, un auditoire particulier	105
Deux erreurs à éviter par l'enseignant(e) en situation de communication	107
Conseils vestimentaires	109
Conseil n° 1 : Des vêtements adaptés à votre morphologie	109
Conseil n° 2 : Des vêtements qui vous ressemblent	110
Conseil n° 3 : Ayez une pièce originale	110

Conseil n° 4 : Amusez-vous en portant une pièce vintage	110
Conseil n° 5 : N'en faites pas trop.....	111
Conseil n° 6 : Soyez à l'aise dans vos baskets.....	111
Conseil n° 7 : Soyez au courant des nouveautés et les apprivoiser	111
Conseil n° 8 : Adaptez votre style aux situations	111
Conseil n° 9 : Habillez-vous pour vous	112
Conseil n° 10 : Tentez et essayez	112
Réussir sa soutenance.....	113
1. Sacrifier aux attitudes relevant de la politesse la plus élémentaire.	
113	
2. La présentation proprement dite.....	113
3. La séance des Questions-Réponses.....	115
Conclusion	118

Preface

Parler, informer, communiquer, des mots d'une échelle de sens et de pratiques au cœur de cette œuvre de Jacob. Convocation sociale et professionnelle, l'expression en public a été décryptée et suggérée avec le mode impératif qui, comme une preuve de ce qui s'enseigne, est une forme d'enseignement puissant en ce qui concerne ce type de manuels. Il est à suggérer fortement aux métiers de la communication : enseignants, pasteurs et prêtres, consultants, soignants, vendeurs, etc.

Avoir l'occasion de préfacer cette œuvre doit à tout le moins permettre de lancer un appel à l'auteur pour poursuivre l'écriture d'une part, l'écriture de la communication d'autre part. Car la communication est bien évidemment plurielle. Manager des hôpitaux de formation, Jacob a le potentiel, que je transforme en devoir ou en mission, de poursuivre ses initiatives d'écriture en développant la communication professionnelle organisationnelle par exemple. Il s'agit de répondre dans un prochain document aux questions suivantes : comment communiquent les médecins en contexte de soins au Bénin ? Comment communiquent les enseignants en contexte de formation secondaire ou supérieure au Bénin ? Comment communiquent les transporteurs, les restaurateurs, etc. ? Dans une telle œuvre, il s'agira de décrire et de conseiller. Tant qu'il reste à faire, rien n'est encore fait, dit-on !

N'koué Emmanuel SAMBIENI

Socioanthropologue

Université de Parakou

Introduction

« La lumière voyage plus vite que le son, c'est la raison pour laquelle beaucoup de personnes apparaissent brillantes jusqu'à ce qu'elles se mettent à parler. »

Pierre DAC

Une des plus grandes difficultés au monde réside dans l'expression même des idées qui naissent en nous. C'est justement une qualité rare que de savoir exprimer de façon claire ses idées oralement. Parler est un art qui s'apprend et devenir un orateur hors pair ne s'improvise pas. Il n'y a pas d'orateur né, devenir un orateur hors pair ou être éloquent s'apprend tout autant qu'aller à vélo. C'est le résultat d'une succession d'étapes bien précises. L'éloquence n'est pas un fait spontané, il s'inscrit bien au contraire dans un processus méticuleux et donc dans une relation fluide entre la pensée (capacité intellectuelle), les gestuels, la posture et la parole.

Si les paroles sont claires et précises, les gestes harmonieux, on ne se posera aucune question sur les capacités intellectuelles de leur auteur. Si en revanche, elles sont fades et désagréables, hélas, leur auteur sera pris pour incapable. Mais au-delà des mots qui ne traduisent que 7% du message, le communicateur pour parvenir à l'éloquence doit pouvoir faire passer le message sans parler. Il doit

être capable de maîtriser sa communication non verbale dont l'importance dans la compréhensivité du message est estimée à 93%¹ (à raison de 38% pour les intonations, les rythmes et débits de voix et 55% émanant des mimiques, des gestes et de sa posture).

Pourquoi ai-je écrit ce livre ?

Ma première mise à l'épreuve dans la prise de parole en public était au secondaire au cours d'un exposé sur les sols en Sciences de la Vie et de la Terre. Le professeur avait décidé de jauger nos compétences à l'oral en nous soumettons à un exposé oral non noté. Ce jour, je suis resté un quart d'heure sans pouvoir formuler une seule phrase. Nonobstant mon enthousiasme, mon émulation et le fait qu'à l'écrit je m'étais en sorti avec la meilleure note, j'avais le cœur qui bat à la chamade, les mains moites, la gorge qui se noue, le sentiment de ne plus arriver à rassembler mes idées par le simple fait de me visualiser devant mes camarades de classe. J'ai alors compris une chose : l'art d'exprimer clairement ses idées est une science qui *ceteris paribus*² prime sur le savoir et la compétence. Et on ne saurait jamais instruire ni toucher encore moins plaire si parler est pour nous une rude épreuve.

Pour beaucoup de personnes, qu'il s'agisse d'animer une réunion, de réaliser un speech de fin d'année, ou de soutenir un projet, un mémoire ou une thèse, parler aisément s'avère parfois un chemin de croix. L'aspect positif de ce mal est qu'il existe la possibilité d'y remédier. Si une cure existe à propos de ce mal, il est important de préciser qu'elle passe inévitablement par un travail personnel sur

¹ Ces chiffres sur la communication sont les résultats des études menées par le professeur Albert Mehrabian cités par [2]

² “Toute chose étant égale par ailleurs” en latin.

soi. Henri Lopes ne nous instruisait-il pas d'ailleurs sur la possibilité de devenir beau si on reconnaît notre laideur avec fierté ? C'est donc prenant conscience de mon mal et de la nécessité d'y remédier que je me suis frayé le chemin qui devait me conduire à l'avenir, à défaut d'être ce que Camara Laye appelle le « *Belén-Tigui*³ », être au moins celui pour qui prendre la parole en public ne sera plus déplacer une montagne.

Aujourd'hui, je ne suis pas à la perfection de mon art en matière de communication. Je suis en perpétuel apprentissage dans le domaine, néanmoins parler en public n'est plus un problème pour moi. J'ai souvent plus d'un tour dans mon sac pour me faire entendre et comprendre et surtout pour susciter l'action. Voilà pourquoi je me fais le devoir de partager mon expérience à travers ce livre.

Dorénavant, on ne saurait dédouaner de sa responsabilité personnelle celui qui passe à côté de sa présentation ou de sa communication. Nicolas Boileau disait que « *tout ce que vous concevez durement s'énonce clairement et les mots pour le dire arrivent aisément* ». Plus d'écart entre la connaissance et la capacité à l'exprimer. Plus question pour personne d'échouer dans sa carrière ou dans son entreprise non pas parce qu'elle est incomptétente, mais simplement parce qu'il existe un gap criard entre sa connaissance et sa capacité à l'exprimer.

Que vous soyez élève, étudiant, enseignant, cadre, agent de l'administration publique ou privée, autorité politique, athlète, entrepreneur, opérateur économique, commerçant, etc. c'est une exigence professionnelle d'être un excellent orateur non seulement parce que la qualité d'un leader se rapporte en partie à sa capacité à

³ “Maître de la Parole” en malinké.

s'exprimer aisément, mais aussi et surtout parce que l'expression orale révèle généralement notre personnalité intrinsèque. Parlez afin que je vous connaisse, disait Platon.

Remarques sur les terminologies utilisées dans le livre

Dans ce livre, des terminologies proches les unes des autres sont utilisées indifféremment. *Orateur* et *communicateur* sont utilisés indistinctement pour désigner la personne qui prononce un discours ou celle qui anime une conférence ou encore celle qui fait une présentation sur un sujet ou une thématique donnée. Par ailleurs, nous ne faisons aucune différence entre le débutant ou le professionnel en la matière dans l'appellation.

Conseils pour une lecture utile du livre

Ce livre n'enseigne pas celui qui ne s'efforce pas de comprendre. Il n'aide pas à parler celui qui ne s'efforce pas d'exprimer sa pensée. Il est un guide pour qui veut atteindre humblement la réalisation dans l'art de parler en public. Il se veut être un manuel d'apprentissage au *pas-à-pas* pour tous ceux qui souhaitent instruire, toucher et plaire par leurs paroles.

Polyvalent et souple, il convient autant aux habitués des communications (enseignants, professeurs, conférenciers, pasteurs, etc.) qu'aux apprenants comme les étudiants, les élèves, etc. Ses conseils sont pratiques et permettent au débutant d'avoir une bonne base en matière de prise de parole. J'attire néanmoins l'attention du lecteur sur le fait que le livre ne propose pas des solutions toutes faites réputées "*passe-partout*". Toutefois, l'étudier est bienveillant et affûte les habiletés à mieux instruire, toucher et plaire par la parole.

Subdivisé en quatre parties, le livre décrit dans sa première partie le concept de l'éloquence et en précise ses multiples facettes. La deuxième partie décrypte la communication non verbale en détaillant les éléments qui la composent et les interprétations découlant de certains gestes et postures. La troisième partie du livre expose les règles et principes pour réussir sa prestation orale en public. Quant à la quatrième et dernière partie, elle analyse à partir des constats et faits empiriques les exigences de la communication au niveau de trois groupes socioprofessionnels que sont les leaders religieux, les enseignants et les femmes et/ou les hommes politiques.

En extension du livre, j'apporte des conseils pratiques pour améliorer son style vestimentaire. Je réponds également à une question qui m'a été fréquemment posée par les étudiants en instance de soutenance à savoir comment réussir sa soutenance orale.

*Partie 1^{re} : L'éloquence : une
exigence professionnelle aux multiples
facettes*

«[.....] La parole des sages apporte la guérison »

Proverbes 12 : 18[1]

On entend parfois dire après une communication, une intervention, une prédication ou encore une émission radiotélévisée : « *Ce Monsieur ou cette dame est très éloquent (e)* », « *Le contenu du message est certes pertinent, mais le messager a manqué d'éloquence* ». Tels des propos triviaux pour apprécier un orateur ou un communicateur, ces phrases sont des jugements portés sur une compétence dont la définition paraît aussi atypique que complexe. Cette compétence qu'est l'éloquence est dépendante de plusieurs variables.

Qu'est-ce que l'éloquence ?

Par définition, l'éloquence désigne l'art, le talent de convaincre, d'émouvoir par la parole ; la facilité à parler et à bien parler ; l'art de toucher et de persuader. Vu comme tel, on s'aperçoit avec aisance que loin d'être un accessoire à la notoriété, l'éloquence est la première caractéristique qui détermine la capacité d'une personne à être un leader charismatique. Si être éloquent est incontournable pour faire carrière dans certains métiers comme celui de l'avocat ou de journaliste, être en verve ne se négocie pas pour qui veut réussir sans tomber dans les oubliettes.

Les facettes de l'éloquence

Parler est une chose et savoir bien parler en est une autre. À condition de ne pas être muet, tout le monde sait parler. Au-delà des avantages sur le bien-être social qu'elle apporte, l'éloquence est une exigence professionnelle pour tout corps de métier. Le charisme et

le leadership sont en elle. Elle n'est cependant pas facilement appréhensible puisqu'elle combine plusieurs éléments pour se définir. Justement, elle ne se mesure ni au volume des paroles ni aux poids du vocabulaire. On peut bien être illettré, mais éloquent et c'est tant mieux. De la même manière, on peut avoir fait de grandes études et n'avoir aucune éloquence, et c'est là que le bât blesse.

Le communicateur éloquent n'est ni celui qui produit une longue suite d'idées, qui les classe, qui les enchaîne, qui les énonce avec clarté, justesse et bienséance, ni celui qui les agrandit en les développant, ni celui encore qui les pare de grâces de l'élocution, qui les anime par des figures, qui les colore par des images, et qui par le charme du nombre, flatte l'oreille en même temps qu'il séduit l'imagination ; c'est celui qui possède et met en œuvre tous ces talents, et qui en même temps du côté de l'âme connaît le fort et le faible, sait toucher à l'endroit sensible et fait mouvoir à son gré tous les ressorts des passions et enfin, éveille la curiosité. En peu de mots, est éloquent le communicateur qui sait : captiver ou émouvoir par des mots justes, se faire entendre par une voix intelligible qui impose l'écoute et adopter la posture et la gestuelle qui riment avec sa voix et ses mots. Celui-là à coup sûr parviendra à : **INSTRUIRE**, **TOUCHER** et **PLAIRE** par sa communication.

Pour atteindre ces buts (instruire, toucher et plaire) *a priori* illusionnistes, mais bien réalistes, le communicateur n'est pas laissé sans moyens. Plusieurs éléments permettent au communicateur de réussir cette mission : les mimiques, les gestes, le regard, la posture, l'attitude, le volume, la hauteur de la voix, l'élocution, les intonations, le débit, la respiration, les phatèmes, etc. Mais au-delà, faut-il encore qu'il ait une légitimité communautairement reconnue à parler et accepter se taire quand cela s'impose.

Droit de parler, devoir de se taire !

« L'enfant a trois ans pour apprendre à parler et toute sa vie pour apprendre à se taire »

Proverbe Waama⁴

L'éloquence comporte deux dimensions inséparables. Celle de l'écoute et celle de la parole. C'est élogieux de savoir s'exprimer, mais c'est encore plus beau que de savoir se mettre en veilleuse pour écouter. Parler est un besoin quelquefois un droit quand on est un leader, mais se taire pour écouter est un art.

La parole, plus qu'un besoin, un droit !

La parole est tout. Elle peut construire. Elle peut détruire. Tout ne tient qu'à la façon dont elle est dite. Tout est dans la manière de parler, dans l'éloquence. Et c'est là précisément le stade final qui permet de distinguer les grands esprits des autres.

Pendant que les grands esprits affinent leurs propos, ordonnent leurs pensées, classent et organisent leurs idées, les travaillent pendant des heures et utilisent quelques unités de minutes pour subjuguer par leurs paroles ceux qui les écoutent, les petits esprits débitent pendant des heures des paroles dépourvues de sens qui attisent la colère de ceux qui les entendent. Ce n'est pas une question de vocabulaire, tout est dans le discernement de sa cible, dans l'art d'apprioyer son auditoire et de savoir coordonner élocation, débit

⁴ Le waama est un dialecte parlé au Nord-Ouest du Bénin (Atakora).

de voix, rythme des paroles, gestuelles, mimiques, postures et positions.

À l'évidence, la vie est faite de deux catégories de personnes. La première catégorie est celle des leaders. Souvent très réduite par sa taille, la classe des leaders est composée d'individus cultivés, humbles et sociables qui par-dessus tout, ont une qualité hors pair dans l'art de parler en public. Les leaders lisent beaucoup pour améliorer leur diction et enrichir leur style et formule en vue de parler pour se faire comprendre et surtout sans susciter le ressentiment dans leurs propos et leurs gestuels. On se doute rarement que, parler pour cette catégorie de personne est un droit inné, tellement leurs paroles apaisent, instruisent et éveillent.

La deuxième catégorie est celle des suiveurs. Ce sont des exécutants dépourvus de capacités d'initiatives. Ils attendent toujours que les leaders prennent les rênes des situations. Bien parler est le cadet de leurs soucis. Ils qualifient à tort les leaders de prétentieux et d'orgueilleux. Quand il arrive à cette deuxième catégorie de personnes de s'exprimer, rien d'intelligible ne peut être tiré de leurs dires. Et pourtant, la parole est faite pour instruire. Autrement, le silence aurait été meilleure option, parce que choix sage.

L'édifice sociétal repose ironiquement sur l'antipode de ces deux catégories de personnes. Il est en cela fragile. La parole est révélatrice de deux opérateurs sociaux que chaque individu construit au regard de sa culture. Il s'agit de la politesse ou de la grossièreté. L'un confirme et fortifie et l'autre ébranle tout l'édifice.

Écouter : une décision, un apprentissage, un art qui rapproche de l'inconnu

Certaines personnes ont une telle capacité d'écoute que lorsqu'elles nous écoutent, elles nous donnent le sentiment d'être la personne la plus importante du monde. Cela n'est pas inné. C'est un art, car tout le monde ne sait pas le faire. Se taire jusqu'à ce que l'autre ait fini de parler, ce n'est pas écouter ; penser à ce que l'on va dire pendant que l'autre parle, ce n'est pas écouter. Écouter, c'est traiter l'information que j'entends, c'est lui donner un sens et fournir un effort pour essayer de comprendre, à la place de l'autre, ce qu'il partage avec nous. Jacques Salomé disait qu'écouter une personne c'est lui dire : « *Tu es important pour moi, tu es intéressant, je suis heureux que tu sois là. Je suis disponible à ta présence. Je me sens touché par ce que tu es, parce que tu dis.* ».

Il suffit parfois d'écouter sans besoin d'intervenir. Votre silence est parfois la meilleure réponse à laquelle s'attend qui vous parle. Beethoven disait souvent : « *Ne rompez pas le silence si ce n'est pas pour l'améliorer* ».

L'écoute est une décision, bien plus, c'est un travail et un apprentissage. Elle exige un effort conscient et beaucoup de pratique. La bonne écoute suppose de se départir de nos propres valeurs, de nos intérêts et de ne pas entendre uniquement ce que l'on veut entendre ou aux mots qui ont plus d'effets sur nous. Il faut mettre de côté ses idées, ses stratégies et laisser l'autre s'exprimer. Il faut se mettre à la place de l'autre pour voir les choses de son point de vue.

La bonne écoute impose que l'on soit patient, que l'on écoute pour comprendre plutôt que pour répondre ou pour juger, que l'on n'interrompe pas celui qui parle, que l'on respecte les périodes de silence de son interlocuteur. Elle nous donne des idées sur ce dont a besoin l'autre, et cela s'atteint lorsque l'on centre réellement notre

attention non seulement sur le récit que l'autre nous fait, mais aussi sur son comportement. Savoir écouter, c'est se garder d'intervenir même lorsque les propos de votre interlocuteur vous blessent ou vous choquent. C'est fermer les yeux pour ouvrir les oreilles, c'est déconnecter son cerveau pour connecter son corps.

« Lorsque je te demande de m'écouter,

Et que tu me prodigues des conseils,

Tu ne fais pas ce que je t'ai demandé.

Lorsque je te demande de m'écouter,

*Et que tu me dis que je ne devrais pas me sentir ainsi, tu
piétines mes sentiments.*

Lorsque je te demande de m'écouter,

*Et que tu crois que tu dois faire quelque chose pour
solutionner mon problème, tu me brimes, aussi étrange que
cela puisse te paraître.*

Écoute !

Tout ce que je te demande, c'est de m'écouter.

Pas de parler ou de faire, ou juste m'entendre.

Les conseils, je n'en ai que faire.

Je peux accomplir mes choses ; je ne suis pas sans ressources ;

*Peut-être suis-je découragé ou hésitant, mais je ne suis pas
impuissant.*

*Lorsque tu fais quelque chose à ma place et que je peux
l'accomplir moi-même,*

*Tu contribues à ma peur et à ma faiblesse. Mais lorsque tu
acceptes, comme un simple fait, que je sente ce que je sens,
aussi irrationnel que ce soit,*

*Alors je peux cesser de vouloir te convaincre et travailler à
comprendre ce qui se passe en moi.*

Et si un jour, tu désires parler,

“Je” t’écouterai à mon tour. »

Poème de Virginia SATIR

*Partie 2 : Les règles de base pour une
communication non verbale attrayante*

« C'est le fait d'envoyer et de recevoir des messages sans passer par la parole, mais au moyen des expressions du visage, des postures, des gestes, de bruits divers. Les choix vestimentaires, la coiffure, la position du corps, le maquillage, les mimiques sont tous des éléments de communication non verbale. »

Dr Martin WINCKLER

Maîtriser sa communication non verbale permet d'obtenir plus facilement l'attention et l'adhésion. Savoir traduire celle des autres permet de comprendre leurs intentions. Et adapter sa communication non verbale à son interlocuteur permet d'instaurer un climat de confiance. Ces trois niveaux de communication ne sont pas le fruit du hasard ou d'un talent inné, ce sont des techniques qui s'étudient et auxquelles il est possible de s'entraîner. Cet aspect peu connu et peu utilisé de la communication est une réserve inestimable pour le confort personnel et professionnel.

Il est d'un devoir impérieux pour le communicateur de savoir utiliser sa voix, de choisir la gestuelle idéale et surtout de savoir adopter la posture qui s'impose au regard du message qui doit être transmis. Cependant, indépendamment de ces éléments, la communication non verbale évolue dans un contexte dont les paramètres temps et espace influencent significativement la portée du message.

L'environnement comme canal de communication

La portée d'une communication n'est pas indépendante des facteurs espaces et temps dans lesquels elle est faite. La gestion optimale du temps et de l'espace est donc déterminante pour réussir à instruire son auditoire, à le toucher et à le plaire. C'est pourquoi nous faisons de la gestion judicieuse du temps et de l'espace la première règle d'une excellente communication.

Règle n° 1 : Gérez judicieusement le temps et l'espace

Le temps est une forme de la communication. Dans nos sociétés, il est jugé précieux et la personne qui est en retard est considérée comme irrespectueuse ou légère. D'autres cultures ne lui accordent pas la même importance (Afrique par exemple). Mais quoiqu'il en soit, la ponctualité est d'une importance capitale dans la communication. Elle est surtout précieuse pour vaincre le trac.

Par ailleurs, la gestion judicieuse du temps implique pour le communicateur de faire preuve de concision et de précision dans son élocution. Il est capital d'être modéré dans la durée de votre communication au risque d'ennuyer l'auditoire. Aux sages, peu de mots. Lors de votre prestation orale, allez à l'essentiel au risque d'être abandonné par votre public, chose fatale pour la communication. La parole est comme un remède dont une petite dose est salutaire et une grande mortelle disait l'Imam Ali. Et la qualité d'une communication ne tient pas à sa longueur, mais à la concision et à la précision de son contenu. Mieux, un proverbe chinois dit : « *Trop de paroles tuent l'action* ». Vous n'êtes pas là pour montrer l'étendue de vos connaissances. Retenez surtout que, qui dit tout dit peu de choses, car à la fin on ne l'écoute plus, disait Jean-Jacques Rousseau. Un orateur trop long est habituellement pris

pour un démagogue. Et il vaut mieux dire peu et être écouté que de tout dire sans être écouté.

L'espace dans lequel se déroule une communication nous affecte également. La gestuelle est réalisée dans un espace. Cet espace est codifié. Toute personne qui pénètre dans une zone qui ne lui est pas réservée commet une faute et la personne qui en est victime se sent mal à l'aise, déstabilisée, agressée.

La distance à laquelle s'étend cet espace dépend des conditions dans lesquelles l'individu a été élevé et la densité de la population de son quartier. Chaque humain possède donc sa propre bulle personnelle qu'il transporte partout où il va, ce qui est culturellement déterminé[2]. Le communicateur doit se réserver un espace lui permettant de se déplacer de l'avant à l'arrière et de la gauche vers la droite. Le standard de distance est relativement similaire et se divise en 4 niveaux :

a) La zone intime : entre 6 et 18 pouces (entre 15 et 45 cm) de distance. Cette distance est la plus importante, car c'est cette zone qu'une personne défendra comme si sa vie en dépendait. Seuls ceux qui sont émotionnellement près de nous ont la permission d'y entrer. À 6 pouces, on est dans la zone d'intimité rapprochée. Une autre personne aura tendance à pénétrer cette zone quand elle est très émotionnellement près de nous comme nos parents ou nos amis proches ou quand elle veut nous attaquer. Une personne qui pénètre cette zone produit des changements physiologiques dans notre corps pour nous permettre de répondre à la situation. Donc une personne que l'on vient de rencontrer et qu'on prend dans nos bras se sentira négative et pourrait même devenir hostile envers nous, même si elle nous sourit pour ne pas nous offenser.

b) La zone personnelle : entre 18 et 48 pouces (entre 45 cm et 1 mètre / 20 cm). C'est la distance à laquelle on supporte des gens

qui sont près de nous dans un club, notre emploi ou des réunions amicales. La plupart de nos amis sont maintenus à cette distance surtout quand nous ne sommes pas très près d'eux émotionnellement.

c) La zone sociale : entre 4 et 12 pieds (1 mètre / 20 cm et 3 mètres / 65 cm). C'est la distance à laquelle ont se tient des inconnus ou de ceux que nous ne connaissons pas très bien en général.

d) La zone publique : 12 pieds et plus (3 mètres / 65 cm et plus). Quand nous parlons à un groupe de gens, c'est généralement la distance à laquelle on est confortable et à laquelle on se tient.

[Tiré dans les bases de la communication non verbale de Yannick Gervais, 2008.]

Pour mieux se déplacer, le communicateur doit se placer dans un espace laissant au moins une possibilité de faire trois pas vers la gauche comme vers la droite (2m environs de chaque côté) et deux pas vers l'avant et vers l'arrière (1,5m environs).

La voix : le contenu d'accord, mais le contenant d'abord

La qualité d'une communication tient forcément aux caractéristiques de la voix et à l'utilisation de celle-ci. Si l'éloquence n'est qu'images fortes et naturelles, la voix est son outil déterminant capable de nous émouvoir et de nous ébranler. Elle peut irriter ou apaiser nos passions à son gré. Ce n'est donc pas sans raison que notre auditoire nous juge par la tonalité de notre voix. La voix d'une personne décline son identité.

Règle n° 2 : Votre voix détermine la pertinence de votre discours

« La voix est l'interprète du cœur et de l'âme, expression de la vérité et des plus tendres sentiments. »

George SAND

Pour le communicateur, une bonne voix sera toujours une des armes les plus essentielles et un des dons les plus heureux qu'il puisse posséder.

La voix saine est celle qui n'a aucun des défauts suivants : ni lourde, ni grossière, ni effrayante, ni dure, ni raide, ni vague, ni grosse, ni fluite, ni vide, ni aigre, ni menue, ni molle, ni efféminée. Eh bien ! Une voix qui remplit toutes ces exigences est difficile à trouver, voire impossible. Cependant, connaître les caractères de sa propre voix permet avec un peu d'efforts et de travail de tendre vers la voix saine.

La voix se compose de trois caractères essentiels à savoir : l'intensité, le timbre et l'intonation.

L'intensité de la voix provient de la force avec laquelle l'air expiré vient frapper les cordes vocales. Pour que les vibrations se produisent avec le plus d'intensité possible, il faut que les cordes vocales soient souples et élastiques. Une altération des cordes vocales nuit forcément au son, mais une gymnastique intelligente fortifie ces muscles. Un mauvais régime alimentaire peut également altérer les cordes vocales. C'est pourquoi les musiciens font très attention à leur régime alimentaire.

L'intonation désigne la portée de la voix. Elle dépend de la quantité de vibrations produites dans une seconde par les cordes vocales[3].

Le timbre de la voix dépend de plusieurs éléments. Selon Gavarret, « Les différences de timbre dépendent, pour une forte part, de la disposition, de la forme et des qualités des parois des cavités de résonance dont se compose le canal aérien sous-glottique. L'expérience de tous les jours montre en effet qu'en s'exerçant à modifier la forme de ces cavités, l'homme parvient à changer le caractère propre de sa voix et à lui communiquer le timbre de telle ou telle autre voix connue ».

Pour un communicateur, toujours parler sur le même ton est à éviter, car la monotonie est un écueil certain comme disait A. Doriac[3].

Crier ne permet pas d'être plus audible, bien au contraire, un ton trop élevé rend la voix sourde et inintelligible à une certaine distance. De même parler à voix basse rend votre présentation inintelligible. Soyez juste naturel. Un ton moyen est préférable.

Vous devez aussi varier votre voix en fonction du message que vous faites passer. Ne l'oubliez jamais : la monotonie est un écueil certain.

Il existe plusieurs recettes pour avoir une voix de qualité. Nous conseillons ici d'éviter la consommation du tabac que ce soit fumer ou priser ou chiquer. Cela rend la voix rauque et inaudible. L'alcool (notamment la chicha), l'eau trop fraîche et la poussière altèrent également la voix.

Le communicateur ou l'orateur doit veiller indubitablement à la bonne prononciation et articulation des mots. Il doit nécessairement respecter la diction et la ponctuation. Cela lui permettra d'avoir la respiration nécessaire le long de sa présentation.

Il faut veiller autant que possible à éviter les vices de la prononciation comme le bégaiement, le balbutiement, etc. ; aussi, faut-il réussir à dompter l'influence de la mode et des prononciations propres à son milieu lors de la présentation. Enfin, il faut parler à un rythme normal (ni trop vite ni trop lent).

Règle n° 3 : De l'utilisation de votre voix

« Élève tes mots, pas ta voix. C'est la pluie qui fait grandir les fleurs, pas le tonnerre. »

RUMI

Selon que l'on utilise un microphone ou un micro à pied ou encore que la voix soit sans micro-relayeur, l'utilisation de la voix différera. Sans micro-relayeur, les efforts sont décuplés pour se faire entendre. Néanmoins, il est recommandé de ne pas crier, mais juste hausser le débit de la voix par rapport à la normale. Lorsque vous utilisez un micro pour amplifier la voix, il faut surtout éviter de crier ou de trop approcher le micro de votre bouche, cela dégrade la voix et la rend inintelligible. Adoptez une intonation de conviction.

Nous revenons sur un point très important pour bien utiliser sa voix : la respiration. Bien maîtriser sa respiration permet de gagner le souffle qui est l'âme de la voix. Vous aurez ainsi le tonus nécessaire pour aller au bout de votre communication. Vous pouvez commencer votre présentation avec une voix basse, mais légèrement plus forte qu'au quotidien et la faire aller *crescendo*. Cela vous permet de varier l'intonation et le timbre selon les émotions que vous voulez transmettre. C'est ainsi que vous gagnerez en confiance devant votre auditoire.

Lorsque vous voulez affirmer quelque chose, parlez fort, articulez bien et ponctuez vos phrases. Pour exprimer une idée, utilisez plutôt le registre de la conversation, avec un ton calme et une articulation souple. En revanche, pour rassurer, souriez, ralentissez le débit et baissez le volume [3]. Enfin, garder de l'eau (de préférence tiède)

sur soi et en prendre de temps à autre lors de sa présentation orale, permet de ranimer les cordes vocales afin d'émettre un son plus audible et intelligible.

Silence : votre regard, votre posture et votre physique parlent pour ou contre vous !

Dans le silence, le communicateur éloquent doit réussir à faire passer un message. Son regard, sa posture et son habillement doivent parler pour lui. Le message est important, mais au-delà de celui-ci, c'est le messager qui doit l'incarner qui est primordial. La mémoire visuelle est plus active que celle auditive raison de plus de la nourrir de belles images.

Règle n° 4 : Ne pas négliger l'aspect physique de votre présentation

« Ce que tu portes parle si fort que je n'entends pas ce que tu dis. »

Anonyme

« Si un philosophe malpropre, négligé, me débite ses maximes, jamais il ne m'attirera. »

Épictète

L'habillement est le premier trait de personnalité chez un individu [4]. Il est une porte à travers laquelle l'on a une idée de qui vous êtes. Votre apparence est le reflet de l'estime que vous avez pour vous. C'est pourquoi savoir choisir un style vestimentaire joue énormément dans la communication. L'habillement est fonction de l'auditoire, mais surtout du message qu'on veut faire passer.

Les vêtements révèlent trois types d'images : d'abord l'image de soi, ensuite l'image que l'on aimerait donner et enfin l'image que les autres perçoivent [5]. Ils expriment des émotions et des sentiments (les couleurs), des messages sexuels (les minijupes, les décolletés, etc.) et des statuts sociaux (costumes, blouses, combinaison, etc.). Cependant, il est très important de préciser que la qualité d'un habillement ne réside pas dans le coût des vêtements, mais dans la modestie et l'humilité qui en ressort.

Aux États-Unis, le costume est généralement la règle vestimentaire chez les hommes politiques et les cadres de l'administration, ceci en raison du fait qu'il (le costume complet) inspire directement respect, sérieux et surtout crédibilité, des aptitudes capitales à inspirer aux

citoyens. Ainsi, dans ce domaine, il est essentiel d'être impeccable. Le moindre défaut est dévastateur. Par ailleurs, importe-t-il d'opter pour des costumes qui n'étouffent pas ? Une cravate et une ceinture trop serrées contractent les muscles respiratoires et peuvent priver l'orateur de souffle pendant sa présentation. De même, ce n'est pas une obligation pour un homme ou une femme politique en tournée de s'infliger le supplice de toujours avoir un complet différent d'une présentation à une autre. L'on se souvient justement de Barack Obama qui n'avait qu'un seul complet pour toute sa campagne électorale. Cette attitude révélatrice de l'humilité de la modestie de l'homme en question a beaucoup séduit son auditoire lors de son fameux discours « *'Yes, we can'* ».

Le costume n'est cependant pas essentiel pour tous. On ne reprochera rien à Steve Jobs de porter un jeans, un tee-shirt et des baskets lors du lancement de « *iPhone* ». Ironiquement, une tâche sur son jeans fera moins de dégâts que chez une femme ou un homme politique. Mieux, la tâche pourrait s'interpréter comme un génie en quête permanente du mieux-être pour la population.

Quoi que l'on dise, les vêtements sont fonction du milieu et surtout de l'objet de votre communication. En Afrique, on verrait mal un ministre de la Culture en costume-veste dans une cérémonie visant la promotion des produits locaux.

Ne vous infligez pas non plus le tourment de porter des vêtements qui bien que coûteux et répondant aux circonstances vous rendent mal à l'aise. Vous devez vous sentir bien dans votre physique, c'est très important.

Face à un auditoire jeune, il faut éviter un style homme d'affaires sérieux, mais plutôt penser à un habillement qui dira : j'ai une mentalité jeune et je suis ce que vous aimez. Face aux professionnels, il faut éviter d'avoir un look débraillé et penser à un style classique

et professionnel. Face à un public qui pense que l'aspect physique est un détail mineur, il faut que son habillement fasse passer le message suivant : « *Je suis comme vous les gars* ».

Par ailleurs, en matière de communication, il existe un code vestimentaire (*Dress code*) qu'il faut impérativement maîtriser en raison de son influence sur la perception de l'auditoire du discours que vous aurez à faire.

Que ce soit pour un congrès, un salon, un gala de reconnaissance ou encore un mariage, chacun de ces événements peut être accompagné d'un code vestimentaire. En effet, le code vestimentaire est un ensemble de règles établies autour des tenues à respecter au sein d'un lieu particulier ou lors d'une occasion précise. C'est un élément anodin, mais important et rassurant pour les participants. Ils se sentiront à l'aise et en confiance lors de l'événement. Plusieurs sites internet spécialisés permettent aujourd'hui de s'informer sur les règles vestimentaires (sensdustyle.com, manegemilitaire.ca, cocopress.com, ledroit.com, etc.).

La signification cachée des couleurs en communication visuelle

Une recherche de *l'Institute for Color Research* menée en collaboration avec l'Université de Winnipeg a démontré que les gens n'ont besoin que de 90 secondes pour se faire une opinion sur une personne quant à sa valeur, à sa fiabilité, etc., et que la couleur compte pour 62 à 90 % dans ce résultat [6]. Autant la couleur influence notre attirance envers une marque, un produit ou un contenu, autant elle influence nos jugements sur les comportements des gens qui nous entourent. La couleur est d'ailleurs la composante visuelle que l'on assimile le mieux et se remémore le plus, avant les formes et les mots. Elle est dès lors une forme de communication avec une signification subliminale profonde, qui affecte notre façon de penser et de raisonner. Elle n'est pas une énergie statique. Sa

signification peut changer du jour au lendemain, d'un pays à un autre, d'une culture à une autre et d'une personne à une autre.

Voici un résumé⁵ de la lecture faite des couleurs dans la culture occidentale⁶ dans le monde du prêt-à-porter :

Le bleu : Comme le ciel bleu ou la mer qui ouvre les horizons, le bleu et ses nuances (turquoise, cyan...) est une couleur étroitement liée au rêve, à la sagesse et à la sérénité. C'est l'une des couleurs préférées des Occidentaux [7]. Le bleu est l'écho de la vie, du voyage et des découvertes au sens propre et figuré (introspection personnelle). Comme l'eau qui désaltère, le bleu a un petit côté rafraîchissant et pur qui permet de retrouver un certain calme intérieur lié aux choses profondes. Le bleu est symbole de vérité, comme l'eau limpide qui ne peut rien cacher. Cette couleur plaît généralement à toutes les générations, il faut tout de même ne pas en abuser. Elle peut vite devenir étouffante si elle est trop présente. Il est conseillé de trancher du bleu foncé avec des teintes plus claires comme le blanc ou le beige. Le turquoise et les bleus clairs se marient à la perfection avec les nuances de marrons.

Signification positive : rêve, sagesse, sérénité, vérité, loyauté, fraîcheur.

Signification négative : mélancolie.

⁵ La psychologie des couleurs (mademoisellegrenade.fr)

⁶ Il existe une forte similitude entre l'interprétation occidentale des couleurs et celle africaine. Seulement, la propension a porté des vêtements de telle ou telle couleur chez les "jeunes" africains semble être lié à un goût subjectif sans lien étroit avec l'interprétation collective (Enquête sur 120 jeunes béninois, Octobre 2019).

Le blanc : Sous la forme la plus pure, le blanc est la couleur de la perfection. Il symbolise la pureté et l'innocence, mais aussi la complétude, l'achèvement. Depuis des générations, le blanc est lié au mariage, à la pureté, à la virginité et quelque part à la perfection et au divin (vêtement des prêtres des couvents et des fidèles de l'église du Christianisme Céleste). Le blanc se prête à merveille à tous les contextes : il se marie à la perfection avec toutes les couleurs et il est difficile de s'en lasser.

Signification positive : pureté, innocence, virginité, mariage.

Signification négative : aucune.

Le noir : Le noir est le symbole du secret, de l'occulte et de l'inconnu. Il crée une ambiance mystérieuse. En Afrique comme en Occident, le noir est associé au deuil, à la tristesse et au désespoir, à la peur et à la mort. Cependant dans certaines circonstances, il est également échos à l'autorité, à l'austérité et à la rigueur. Derrière ce côté sombre, le noir offre également un autre visage, associé à l'élégance et à la simplicité. Peut-être justement parce qu'il se veut dans un second temps une couleur neutre, qui n'exprime pas à proprement parler de sentiments passionnés. Il est la couleur sombre par excellence. Le noir se marie avec quasiment toutes les couleurs, et ne choquera que très peu, même lorsqu'il est employé à outrance. Comme avec le blanc, il faut cependant éviter de l'employer trop souvent seul. Le noir peut vite faire écho au vide et à la tristesse. Il est recommandé de toujours l'accompagner d'une couleur chaude ou d'une couleur pâle pour rehausser son style.

Signification positive : élégance, simplicité, sobriété, rigueur, mystère.

Signification négative : mort, deuil, tristesse, vide, obscurité.

Le gris : D'un point de vue psychologique, le gris est la couleur du compromis : ni noir ni blanc. *Signification positive* : calme, douceur.

Signification négative : tristesse, solitude, monotonie, mélancolie.

L'or : L'or est la couleur de la réalisation et du succès. Associée à l'abondance et à la prospérité, au luxe et à la qualité. C'est la couleur du prestige et de l'élégance. Elle traduit la richesse matérielle, bien sûr, mais aussi l'extravagance.

L'argent : L'argent possède une énergie féminine. Elle est associée à la lune et aux flux des marées. C'est une couleur émotive et sensible, mais également mystérieuse.

Le rouge : Le rouge est sûrement la couleur la plus fascinante et ambiguë qui soit. Elle joue sur les paradoxes, anime des sentiments passionnels en complète contradiction : amour – colère, sensualité – sexualité, courage – danger, ardeur – interdiction, etc. Cette couleur remue les sentiments sans aucun doute. Elle s'impose comme une couleur chaleureuse, énergique, pénétrante et d'une certaine manière rassurante et enveloppante. D'un autre côté, on l'associe au sang, à l'enfer et à la luxure. Cette couleur chaude ne laisse donc pas indifférent et c'est là toute sa force : elle remue les passions, qu'elles soient positives ou négatives. Le rouge est particulièrement bien assorti aux marrons. Il se marie également très bien avec le blanc et le noir [7].

Signification positive : amour, passion, chaleur, sexualité, ardeur, triomphe.

Signification négative : colère, interdiction, danger.

L'orange : C'est la couleur de la communication et de l'optimisme, mais elle est aussi un signe de pessimisme et de superficialité.

Signification positive : joie, créativité, communication, sécurité, optimisme.

Signification négative : kitch (surcharge).

Le jaune : Dans la psychologie de la couleur, le jaune est la couleur de l'esprit, de l'intellect. C'est une couleur optimiste et joyeuse. Cependant, elle peut aussi suggérer l'impatience, un esprit critique voire lâche.

Signification positive : fête, joie, chaleur, ego, puissance, connaissance, amitié.

Signification négative : traîtrise, mensonge, tromperie.

Le vert : Le vert est la couleur de l'équilibre et de la croissance. Cette couleur peut signifier à la fois l'autonomie comme la possessivité, parmi d'autres significations.

Signification positive : espérance, chance, stabilité, concentration.

Signification négative : échec, infortune.

L'indigo : L'indigo est la couleur de l'intuition. Dans le sens des couleurs, cette couleur symbolise l'idéalisme et la structure, mais également le ritualisme et l'addiction.

Le violet : C'est la couleur de l'imagination. Elle peut être créative, mais symbolise également l'immaturité.

Signification positive : rêve, délicatesse, paix, amitié, méditation.

Signification négative : mélancolie, solitude, immaturité.

Le turquoise : Symbole de communication et de clarté d'esprit, elle suggère également l'idéalisme.

Le rose : Couleur de l'amour inconditionnel, le rose suggère aussi l'éducation. Elle peut être signe d'immaturité et est souvent associée aux petites filles.

Signification positive : fémininité, romantisme, séduction, bonheur, tendresse, jeunesse. *Signification négative :* couleur réservée aux filles.

Le magenta : Cette couleur exprime l'harmonie universelle et l'équilibre émotionnel. C'est une couleur spirituelle qui exprime le bon sens et une vision équilibrée de la vie.

Le marron : C'est une couleur sérieuse, terre-à-terre qui exprime la sécurité, la douceur, la neutralité, la protection et la richesse matérielle.

Comme vous pouvez le constater, les couleurs présentent des significations aussi bien positives que négatives. Elles envoient des messages conscients ou inconscients qu'il est bon de maîtriser afin d'adopter les bonnes couleurs en fonction de nos humeurs, de notre agenda ou des messages qu'on souhaite faire passer par la communication visuelle ou vestimentaire.

Bon à savoir sur la couleur des cravates

Choisir la couleur de sa cravate n'est pas une chose à prendre à la légère. Dans le milieu professionnel, la couleur de la cravate joue un rôle important, parfois même prépondérant dans certains milieux.

Que vous essayiez de négocier un contrat avec un client important, passer un entretien d'embauche ou d'offrir une main et le cœur des rêves dames ; dans ces moments décisifs, savoir choisir la bonne cravate est d'une importance cruciale.

La cravate rouge est réservée aux dirigeants ayant le plus de pouvoir dans l'entreprise. Elle est synonyme de passion, de

puissance et de vitalité. En fonction des tonalités, la signification sera plus ou moins prononcée. Ainsi, on voit mal une personne invitée à un entretien d'embauche porter une cravate de couleur rouge. Il en est de même pour un étudiant en instance de soutenance devant un jury.

La cravate bleue indique le sérieux, la tranquillité et la confiance. C'est une couleur très utilisée dans le monde professionnel.

Une cravate orange symbolise la joie, la bonne humeur et l'énergie.

Une cravate verte suit la tendance écologique et nature. C'est aussi la couleur de l'espérance, de l'harmonie et de la croissance.

Une cravate blanche est principalement à utiliser lors d'événements tels que le mariage ou le symbole de la pureté est de rigueur.

Une cravate violette se traduit par une confiance en soi et un côté magique, voire mystique.

Une cravate rose symbolise la douceur, voire le raffinement. Cette couleur est idéale au printemps, mais ne convient pas à tous les types de peau.

À l'origine, **la cravate noire** était dédiée au deuil et au recueillement. Cependant, elle revêt aussi un caractère festif. Elle est habituellement suggérée lors des Galas et des remises de prix.

Une cravate marronne symbolise la terre et la nature. Elle est associée à la simplicité et à la neutralité.

Au Royaume-Uni et aussi dans d'autres pays, certaines combinaisons de bandes de cravates peuvent symboliser l'appartenance à un groupe social particulier, comme une unité de l'armée, une université, un club, etc. Dans ces pays, vous devriez, pour éviter de vous retrouver dans une situation embarrassante,

savoir à l'avance si vos « bandes » ont une signification spécifique, et, mieux encore, choisir une autre cravate.

Astuces pour réussir la combinaison des couleurs des vêtements

- Placer les couleurs au bon endroit : les teintes sombres noir, gris foncé ou le bleu nuit trouvent facilement leur place sur nos pantalons, jupes et shorts. Les couleurs plus claires et vitaminées sont parfaites pour le haut parce qu'elles illuminent le teint ;
- Ne pas porter plus de trois couleurs en même temps ;
- Jouer avec les contrastes des couleurs complémentaires (voir figure cercle chromatique) : prendre juste deux teintes qui se font face (rouge-vert ; jaune-violet ; orange-bleu) ;
- Les couleurs triadiques : Il suffit de tracer un triangle équilatéral dans le fameux cercle chromatique. Les trois sommets nous indiquent les couleurs à associer (Bleu + Rouge + Jaune ou encore Pourpre + Orange + Vert).

Figure : Cercle chromatique



Recommandations sur le port des vêtements traditionnels

Fières de leurs richesses culturelles, plusieurs personnalités africaines font des tenues traditionnelles un luxe hors de prix. Cependant, dans certaines situations, les tenues traditionnelles deviennent incommodantes principalement chez les communicateurs.

Lorsque vous avez une présentation à faire dans un pays africain, porter une tenue traditionnelle (tissée ou cousue d'un pagne) peut vous aider à captiver votre public surtout si l'objet de la présentation a un rapport avec la culture. Mais attention, ne commettez pas l'erreur de porter une tenue qui ne vous convient pas juste pour plaire à l'auditoire.

Il faut également veiller à porter des tenues traditionnelles aux motifs simples et aux couleurs non agressives. Pour la petite anecdote, j'ai une fois assisté à un séminaire de formation dans une localité où le consultant formateur a été hué par quelques participants justes parce qu'il a porté une tenue traditionnelle imprimée des logos d'un politicien que la localité réprouve. Même si la formation a fini par avoir lieu, il faut remarquer que le message n'est certainement pas passé. Je suis sûr qu'aucun communicateur ne voudrait cela.

Nous reverrons à la fin du livre quelques conseils pratiques sur comment avoir un style vestimentaire qui vous correspond.

Les accessoires aux vêtements

Les objets que nous portons (bijoux, sac, parfums et eaux de toilette, chaussures, chapeau, casquettes, coiffures, etc.) parlent de nous, de nos valeurs, de nos priorités, de notre histoire (bijoux), de notre culture, etc. Ils participent à ce que l'on pourrait appeler la communication malgré soi [8].

Le chapeau

Le chapeau est un accessoire très élégant qui dégage beaucoup de maturité et de virilité. Mais honnêtement, un chapeau sur un jeune d'âge compris entre 15 et 25 ans est ridicule et exprime une forme d'irrespect [9].

Les tatouages

Les tatouages qu'ils soient issus de la mode ou des rituels traduisent des messages non verbaux sur lesquels nous n'avons aucun pouvoir. Certaines pratiques de la jeunesse (tatouages, piercings, etc.) et sur lesquelles on a malheureusement plus d'emprise laissent une mauvaise image de soi (le manque de sérieux). On voit justement

des hommes et des femmes politiques tenter tant bien que mal de cacher les tatouages ou les piercings issus de leur jeunesse. L'idéal serait de ne pas en faire sur le coup de l'entêtement à moins que l'on soit un artiste ou une star ou que cela entre dans le cadre d'une exigence professionnelle ou rituelle (ce qui est bien évidemment rare puisque chaque personne a un droit inaliénable sur son intégrité physique)⁷.

Les bijoux et les maquillages

Les bijoux et les maquillages doivent être utilisés avec beaucoup de précautions au regard de leur rapport avec la superficialité. Il convient de préciser que plus de trois accessoires sur les vêtements, c'est déjà en faire trop. La sobriété est avant tout la règle d'or dans l'habillement comme mode d'expression des idées.

La coiffure

À l'image des autres aspects de l'habillement, la coiffure est un canal de communication non verbale. Le style de coiffure raconte un peu l'intériorité de chaque personne. À l'évidence, chaque tête a une morphologie spécifique et donc un style de coiffure qui lui correspond. Il faut donc savoir choisir la coiffure qui ne délabre pas sa personnalité. Une coiffure parfaite est un signe que l'on est ouvert aux circonstances extérieures et que l'on fortifie sa capacité de renouvellement. Se coiffer pour être présentable, propre, se sentir bien, facilite de fait son parcours de vie. Refuser de se coiffer est un

⁷ Le respect de l'intégrité de la personne humaine est un droit constitutionnel au Bénin consacré à l'article 15 de la loi N° 90-32 du 11 Décembre 1990 portant Constitution de la République du Bénin.

indice d'un caractère psychorigide ou dépressif. C'est le signe que l'on reste campé sur ses positions et que l'on s'accroche à son malheur. Ce choix révèle des perspectives de vie rétrécies à cause de sa propre vision des choses.

Le parfum

La communication est un art. Et dans n'importe quel art, la séduction est la clé du succès. Celui qui sait séduire par sa posture fait la moitié du chemin dans l'art de toucher et de plaire par sa communication. En la matière, le pouvoir de séduction du parfum n'est plus un mystère. Et la coupable est la mémoire olfactive. Le bon parfum est une banque de bons souvenirs qui augmentent notre potentielle sympathie envers la personne qui le porte. C'est donc à juste titre que l'odorat est le deuxième sens à s'éveiller après la vue. Logique donc, qu'après un *coup de cœur* physique, ce soit le parfum d'une personne que l'on remarque et qui accentue notre désir. Cependant, le parfum n'est pas qu'une arme de séduction chez l'homme ou chez la femme. Porter le parfum est un détail, mais un détail qui envoie un message important. Il indique aux autres que vous êtes propre, que vous prenez soin de vous et que vous appartenez à un *standing* social donné. Avant même de pouvoir parler, il faut d'abord franchir un premier cap : celui de se faire accepter par les autres. L'apparence est ici indispensable et être soigné est une base pour faciliter cette acceptation sociale. Le parfum choisi est aussi révélateur de la position hiérarchique que vous occupez ou souhaitez occuper. Enfin, le parfum dit beaucoup de choses sans paroles. Il fait partie de votre *CV invisible* et *discret* que vous présentez aux autres lorsqu'ils vous rencontrent.

Choisir son parfum, c'est choisir inconsciemment ou non celui qui correspond à votre caractère, à votre état d'esprit et à votre parcours de vie. Bien que les perceptions et les jugements diffèrent quand il

s'agit d'apprécier les odeurs, il est juste d'affirmer que le parfum est cet accessoire de l'habillement qui peut nous ouvrir ou nous fermer les portes d'un groupe. D'où l'impérieuse nécessité de savoir choisir le parfum qui rime avec sa propre odeur corporelle. Il existe de parfums pour homme et de parfums pour femmes. La confusion est une erreur à éviter.

En cas de difficultés de choix, pour savoir le parfum qui vous correspond le plus, il faut demander au moins à dix personnes de l'autre sexe de vous aider à choisir, puis optez pour le parfum le plus proposé par l'échantillon.

Règle n° 5 : Doit-on parler assis ou debout ?

Commençons par préciser qu'aucun principe n'exige aujourd'hui que l'on doive parler debout ou assis. Dans l'antiquité romaine, les orateurs parlaient toujours debout, sauf dans les plaidoiries de causes minimes. « *Ces orateurs avaient des actions tout à fait indépendantes de la tribune : il n'y trouvait ni aide, ni entrave, ni point d'appui pour leurs mains, ni obstacles pour leurs attitudes et leurs mouvements.* »[3].

Le communicateur ou l'orateur moderne est quant à lui tenu à une certaine dépendance du mobilier oratoire. S'il ne parle pas de l'autel comme le prêtre, en plein air comme l'orateur de meetings, à la rampe du théâtre comme certains conférenciers, il a toujours devant lui, quand il parle debout, la barre du tribunal, la table du magistrat, la tribune parlementaire ; quand il parle assis, le bureau de la chaire professorale, la table du conférencier, le bureau de l'enseignant, etc.

Pour un communicateur novice et timide, il peut s'avérer heureux de rester cacher derrière ces barrières qui le séparent et semblent le défendre du public. Cependant un communicateur expérimenté se trouverait mal à l'aise et aura l'impression de perdre de ses moyens

dans une tribune qui l'éloigne du public, limite ses gestes, dicte ses attitudes et oppose parfois un obstacle à l'étendue et à la portée de sa voix.

Que faut-il donc faire ? L'orateur doit se tenir droit. Un bon maintien au-delà de la question d'esthétique est une exigence d'ordre psychologique et hygiénique. C'est la position idéale pour permettre le développement aisé et complet de ses diamètres, développement indispensable au communicateur et aux effets qu'il peut et doit produire. C'est une des raisons pour lesquelles les musiciens chantent généralement debout, cela facilite l'utilisation de la voix comme instrument de séduction. Remarquons aussi qu'aucune attitude n'est si bonne à conserver tout le long de la communication. Il est utile et profitable de varier ses attitudes. Cela permet non seulement de rester proche de son public, mais aussi de dominer la fatigue.

Conseils pour se mettre à l'aise debout ou assis [10]

Debout :

- Descendez votre centre de gravité le plus bas possible : vous aurez ainsi une meilleure « tenue de route » ;
- Placez votre bassin dans l'axe du corps (et surtout pas en retrait) ;
- Relâchez vos épaules et détendez vos bras ;
- Pour donner de la force à votre message, vous pouvez (au début, à la fin ou à des moments clés) vous camper symétriquement sur le sol, mais ne gardez pas longtemps cette position, vite autoritaire et statique ;
- Décalez légèrement vos pieds, ouverts en V, et alternez souplement vos appuis (sans vous déhancher ni incliner le buste) ;

- Reprenez possession de tout votre corps en le ressentant de l'intérieur (sens inné de la proprioception).

Assis :

- ✓ Avancez votre siège pour mieux faire corps avec lui ;
- ✓ Asseyez-vous solidement sur votre bassin ;
- ✓ Posez vos pieds au sol, au lieu de les replier ou de les croiser ;
- ✓ Dégagez bien le buste ;
- ✓ Posez vos mains, ouvertes et détendues sur la table ;
- ✓ Évitez de vous pencher et de bloquer vos coudes sur la table.

Règle n° 6 : Coordonnez vos gestes à la posture de votre corps

« La parole a besoin de gestes pour toucher le cœur humain. On a besoin de ses mains pour dire les choses que la parole ne traduit pas. »

Anne HEBERT

Ne négligez pas l'importance de vos gestes et de vos déplacements, qui sont très éloquents. Un geste de la main peut tout à la fois renforcer votre propos ou le contredire.

Les gestes sont une nécessité physiologique. Ils permettent de donner de temps à autre de la dynamique aux organes respiratoires. Un orateur immobile le long de son discours est généralement moins apprécié qu'un orateur qui bouge ses membres supérieurs. Cependant, les gestes doivent être bien coordonnés. Les grimaces dans une présentation rendent ridicules et font passer le communicateur pour démagogue aux yeux du public. Évitez également de multiplier les petits gestes répétitifs qui ont tendance à fatiguer votre auditoire. Bannissez autant les gestes tranchants et menaçants qui sont perçus comme très agressifs. Modérez vos gestes et vous retiendrez votre public suspendu à vos lèvres.

Comprendre certaines gestuelles et postures

La posture est une attitude particulière que prend le corps. On peut feindre de la soumission ou de la dominance par la posture du corps, mais certains signes contradictoires et inconscients finiront par émerger et seront détectés. Pour les autres manifestations non

verbales possibles à contrefaire comme se croiser les bras ou les jambes, il est beaucoup plus efficace dans la vie de les éviter afin d'adopter un langage non verbal positif plutôt que négatif. Voici ici quelques interprétations des postures [2].

La gestuelle des paumes

Les paumes ouvertes encouragent l'ouverture. Dans les temps anciens, les paumes ouvertes démontraient qu'aucune arme n'était cachée. C'est aussi un signe de soumission, d'invitation à entrer en relation, d'honnêteté et que la personne n'est pas une menace ; faites-moi confiance est le message non verbal véhiculé par ce geste. Quand une personne donne des justifications sur son attitude ou ses comportements, ses paumes ouvertes sont souvent une bonne indication que la personne dit la vérité.

Les paumes cachées se traduisent par de la fermeture. La personne peut être en train de mentir ou cacher quelque chose. La tendance à mentir diminue quand on se conditionne à montrer ses paumes de main en parlant, car il est plus difficile de mentir avec les paumes ouvertes qu'avec les paumes cachées. Quand une personne se sent défensive, son corps se referme et il aura aussi tendance à cacher ses mains [2].

Paumes vers le haut : soumission ; non menaçant ; image d'un mendiant, démontre l'absence d'armes. Quand une demande est faite paumes vers le haut, peut de pression sera perçu par le récipient du message. Ceux qui s'en servent sont perçus plus positivement durant un discours. Il est aussi préférable de s'en servir quand on présente des excuses à une autre personne pour paraître plus sincère, même quand on ment.

Paumes vers le bas : projette de l'autorité et ce qui est dit sonne comme un ordre. Il est probable que ceux qui recevront ce message

auront une attitude antagoniste (se croiseront les bras par exemple). Ceux qui ont tendance à parler en ayant leurs paumes vers le bas sont en général perçus plus négativement par les autres.

La gestuelle des mains

Les mains entières dans ses poches : bonne indication que la personne ne veut pas parler et veut être laissée tranquille. Peut aussi vouloir dire qu'elle ment ou qu'elle cache quelque chose et qu'elle ne veut pas vous dire ou vous montrer quoi.

Pointer du doigt : la plus agaçante gestuelle à faire surtout quand le doigt accompagne, de façon rythmique, les paroles de l'orateur. Ce geste crée un sentiment négatif chez les destinataires du message. Il signifie obéis ou sinon. Il est une façon de frapper symboliquement l'auditoire du doigt. Ceux qui nous écoutent pendant que l'on fait ce geste se sentent mal et se souviennent beaucoup moins bien de ce qui a été dit. Pour neutraliser l'effet négatif de ce geste, il suffit de coller le pouce à l'index pour former un cercle. La personne paraîtra autoritaire (orienté vers un but, réfléchie et confiante), mais pas aggressive (méchante, intimidante et impolie).

Les mains dynamiques : utiliser les mains comme un marqueur ou pour imager nos mots. Le geste attire et stimule l'attention des autres à cause du mouvement et améliore la mémoire des récepteurs du message.

Frotter les mains ensemble : démontre une prédiction positive ; une attente positive. La personne anticipe positivement quelque chose dans le futur. La vitesse de frottement est importante, car si la personne frotte ses mains rapidement en parlant de vous, c'est qu'elle anticipe quelque chose de favorable en votre faveur, mais si elle les frotte lentement en parlant de vous, c'est qu'elle anticipe quelque chose de favorable à sa faveur (un vendeur). Une personne

que l'on voit frotter rapidement les mains ne nous met pas sur la défensive, mais quand il les frotte lentement, le geste nous mets inconsciemment sur la défensive.

Le plateau : quand une fille appuie son menton sur ses deux mains mises comme pour donner l'illusion d'un plateau l'une par-dessus l'autre, il est temps de la complimenter. Elle présente son visage pour être admirée et obtenir de l'attention de l'autre. La réceptivité aux compliments augmente dans cette position.

Mains avec doigts croisés : elle a une attitude négative, fermée et anxieuse (même chose que les bras croisés). Trois positions sont possibles : devant le visage, au milieu du corps et en bas du ventre. Quand les mains sont élevées et devant le visage, cela démontre de la frustration même quand la personne sourit. Forte relation entre le niveau de frustration et la hauteur des mains. Plus nos mains sont hautes, plus on est frustré. Se croiser les mains vers le bas du ventre nous sécurise dans des moments de stress et d'anxiété et donne l'impression que quelqu'un nous tient la main pour nous réconforter.

Mains dans le dos : souvent utilisé par les figures d'autorité. Quand les mains dans le dos se tiennent entre-elles, c'est un signe de confiance, de supériorité et de dominance, car elles exposent le devant du corps sans protection et sans peur. Prendre cette position dans une situation de stress et d'anxiété rendra la personne confiante et autoritaire après un moment et augmentera son niveau d'autocontrôle perçu. Quand la main tient le poignet, c'est un signe de frustration, un signe que la personne retient quelque chose, souvent sa propre agressivité. Plus que la main qui tient le poignet monte le long du bras, plus le niveau de frustration est élevé.

La position du chandelier⁸ : signifie qu'on a confiance en soi et en ce que l'on dit. C'est une image qui démontre la supériorité de son opinion sur les autres quand l'on parle et démontre de l'assurance envers ce qui est dit quand une autre personne parle. On utilise le chandelier vers le haut quand on parle et vers l'avant quand on écoute quelqu'un parler. Les gestes qui le précèdent sont plus importants que le chandelier lui-même. Si une série de gestes positifs précède le chandelier vers l'avant, c'est un signe de confiance et d'accord envers ce qui est entendu, mais quand les gestes qui le précèdent sont négatifs, je suis, dans ce cas, confiant que je veux refuser la demande ou que je peux me débarrasser de l'autre qui parle [2]. Les gestes qui précèdent démontrent soit un résultat positif ou une conséquence négative. Le chandelier vers le haut peut aussi se faire avec la tête penchée sur le côté pour démontrer de l'arrogance et un sentiment de supériorité de type narcissique et prétentieux.

Pouces : montrer ses pouces démontre de la supériorité et de la dominance, mais aussi une attitude négative. Une personne qui se sert de ses pouces dans une grappe fait aussi en général des gestes rythmiques pour mettre de l'accent sur ses mots avec eux et se balance sur la pointe des pieds quand elle est debout. Il en existe 4 variations : main dans les poches de pantalon ou manteaux avec pouces sortis : supériorité et haut statut social. Quand les mains sont dans les poches de pantalon, ça peut aussi vouloir dire que la personne se sent détachée de la situation et n'est pas investie dans la conversation ; avoir les bras croisés et les pouces sortis qui pointent vers le haut est un double signal : attitude négative et

⁸ Cette position est adoptée lorsque, assis, chacune des pointes des doigts de la main gauche touche celles de la main droite.

défensive et une attitude de supériorité en même temps. La personne se ferme aux autres et se sent supérieure et en contrôle ; les pouces sortis des poches arrière : cache une attitude dominante et un haut besoin et pouvoir d'affirmation de soi ; et quand on s'en sert pour pointer une personne : c'est qu'on est en train de la ridiculiser.

Poignée de main : pour démontrer de la dominance et du contrôle lors d'une poignée de main, il suffit de serrer la main avec la paume vers le bas pour prendre contrôle sur l'autre. Celui qui a la paume vers le haut donne le contrôle à l'autre. Quand les paumes pointent vers l'intérieur, c'est une relation égalitaire de respect mutuel. C'est inconscient, mais cela a un impact immédiat sur le résultat de la rencontre. Les femmes se servent plus régulièrement de la paume vers le haut pour démontrer de la soumission et les hommes la paume vers le bas pour démontrer de la dominance. Pour créer un bon rapport initial et égalitaire à l'autre, on utilise la paume vers l'intérieur et on tente d'égaler la force de saisie de l'autre. Si l'autre sert plus fort, on augmente et on diminue s'il sert moins fort. On s'ajuste en fonction de l'autre. Les extrovertis ont tendance à serrer la main plus fermement que les introvertis, qui eux, donnent souvent des poignées de mains molles.

Bras croisés : barrière entre les autres et moi, une chose qu'on n'aime pas ou qui nous menace, dans une situation ambiguë et anxiogène. Ce geste démontre de l'insécurité et de l'incertitude et est une façon subtile de rejeter les autres en disant « *je ne suis pas disponible et tu n'es pas le bienvenu.* »

Poings serrés et bras croisés : c'est un geste de l'hostilité avec une attitude défensive. Si en plus il a les lèvres fermées fermement et les dents serrées et un visage qui rougit, la personne a une attitude agressive et se prépare à attaquer.

Bras croisés en les agrippant : c'est une façon de renforcer sa position défensive et protéger l'avant du corps. C'est aussi une façon de se réconforter en se donnant un câlin miniature. Souvent vu dans les salles d'attente d'hôpitaux et dans les aéroports. L'attitude est négative et la personne se retient pour ne pas exploser de peur ou de panique.

Les positions des pieds

Position neutre : position formelle qui démontre une attitude neutre. La personne ne s'investit ni à rester ni à partir. C'est une façon de dire « sans commentaire ». Les enfants s'en servent en parlant à leurs professeurs tout comme un employé s'en sert en parlant à son Patron.

Jambes écartées : c'est une position plus masculine. Les deux pieds sont ancrés au sol signifiant que la personne n'a aucune intention de partir. C'est un signe de dominance et une démonstration de pouvoir et d'autorité.

Le pied en avant (pointer du pied) : le poids du corps est penché d'un côté, ce qui fait pointer le pied de ce côté vers l'avant. Le pied pointe la direction vers laquelle l'intention se dirige. C'est un indice de l'intention immédiate d'une personne et le pied en avant donne l'impression que le corps veut marcher dans cette direction même s'il est immobile. Dans une situation de groupe, on pointe le pied avant vers la personne la plus intéressante ou attirante du groupe, mais quand on cherche une issue, le pied pointe vers la sortie la plus proche. Le pied peut aussi pointer la personne qu'on veut attaquer ou que l'on déteste.

Les jambes croisées debout : une jambe allongée et l'autre sur la pointe des orteils devant l'autre jambe en croisée. C'est une position prise par des gens qui sont groupés autour de personnes qu'ils

connaissent peu ou pas du tout. Les gens qui ont une faible confiance en soi ont tendance à se croiser les jambes.

Jambes croisées assises : les jambes ouvertes démontrent une attitude ouverte et dominante tandis que les jambes croisées démontrent une attitude fermée, défensive, soumise et incertaine. Une personne qui n'est pas intéressée à nous parler ou à ce qu'on est en train de lui dire peut croiser ses bras et ses jambes avec le genou qui pointe dans la direction opposée. Quand une personne est assise avec les bras et les jambes croisées, elle est déconnectée émotionnellement de la discussion et ne veut pas continuer à communiquer avec nous à aucun niveau. Les gens assis dans cette position parlent avec des phrases courtes sans possibilité d'ouverture pour l'autre, rejettent plus de propositions et ont une moins bonne mémoire de ce qui leur est dit que ceux qui ont une position ouverte.

La jambe entortillée : exclusivement effectuée par les femmes. Démontre de la timidité, de l'insécurité et confirme qu'elle s'est évadée dans sa carapace, même si le haut de son corps semble calme. Demande une approche douce et amicale pour l'ouvrir.

La jambe croisée et légèrement écartée : cette position est un signe que la personne ait une attitude argumentative et compétitive, que ce soit dans un discours verbal explicite, ou intérieur en écoutant l'autre parler. C'est une façon alternative de présenter sa masculinité et pour paraître dominant. Les hommes qui prennent cette position sont perçus comme étant plus dominants, plus détendus et plus jeunes.

Une femme qui le fait le fait uniquement devant d'autres femmes pour ne pas paraître masculine ou pour ne pas projeter de la disponibilité sexuelle. Quand une ou les deux mains s'accrochent à la jambe dans la région du mollet, c'est une façon de dire que son

attitude compétitive est devenue permanente. C'est un signe que la personne est orgueilleuse ou hautaine et rejette toute opinion sauf la sienne.

Croiser les chevilles : la version de l'homme est souvent combinée avec les poings serrés sur les genoux ou les mains qui s'agrippent au bras de sa chaise avec les jambes écartées. La version de la femme, elle, varie légèrement : les genoux sont collés, les deux pieds croisés sont du même côté et les deux mains sont près l'une de l'autre sur le haut des cuisses. L'homme veut prendre plus de place tandis que la femme veut en prendre moins. Ce geste est équivalent au mordillement des lèvres qui signifie que la personne retient une émotion négative, de l'incertitude, de la peur ou de la culpabilité. Les pieds vont en général aller se cacher sous la chaise vers l'arrière pour démontrer une attitude cachée de repli défensif ou une attitude de tentative d'autocontrôle émotionnel. Quand une personne est investie dans une conversation, les pieds sont aussi investis dans la conversation. Poser des questions sur les émotions de la personne qui croise ses chevilles peut faire qu'il les décroisera si la question n'est pas antagoniste (compréhension empathique). Nous avons tendance à croiser nos chevilles quand nous exécutons des tâches que nous n'aimons pas (assis) et que nous voulons le cacher aux autres.

Un geste négatif peut augmenter ou prolonger une attitude négative et les autres vous percevront comme étant appréhensif, défensif, négatif ou non participant. Utiliser des postures positives peut augmenter votre confiance en soi.

Règle n° 7 : Embrassez le public du regard

« L'âme de la communication est le regard ; certains mots ne sont bons qu'à lui crever les yeux. »

Richard LEWY

Il est capital de savoir qu'en matière de communication, parler, c'est échanger ; saluer c'est respecté ; regarder, c'est montrer de l'intérêt et apprivoiser le public, c'est susciter son intérêt. En cela, il faut savoir qu'un auditoire qui nous fixe montre de l'intérêt pour ce que nous lui disons. La maîtrise des jeux de regards est aussi importante pour l'orateur, car le visage est le miroir de l'âme. Pour un conférencier, ne pas regarder les participants, c'est les ignorer ou les rejeter. Le regard permet de créer le contact et le contact permet d'entrer dans une discussion de groupe.

Pour un débutant en art oratoire, je conseillerai de fixer dans l'auditoire plusieurs personnes à plusieurs endroits de la salle : à gauche, à droite, au centre et au fonds de la salle : c'est la technique du regard en **W**. Elle peut être transposée (devant – derrière ; gauche – droite) au cours de la communication. Cela permet de revenir de temps à autre à ces personnes « témoins » pour avoir une idée de la perception du public sur le discours. Cependant, cela doit être fait avec beaucoup de tact et d'intelligence parce que nécessitant assez d'énergie. Une erreur fatale serait de se focaliser sur une seule personne comme point fixe le long de votre présentation. Le reste de l'auditoire pourrait se sentir en marge de la communication. Il en sera de même pour un orateur qui, le long de sa présentation, fixe les objets de la salle (plafonds, tableaux, etc.). Il faut également à tout

prix éviter le « *regard du tireur d'élite* » qui consiste à faire des balayages d'un regard l'ensemble de l'auditoire de la gauche vers la droite ou de la droite vers la gauche.

Dans certaines cultures au Bénin, fixer une personne plus âgée que soi est parfois interprétée comme signe de manque de politesse, c'est pourquoi je recommande que le regard soit fait avec respect et bienveillance. Il doit dire ou tout au moins sembler dire à votre auditoire que vous vous intéressez à lui. Évitez surtout d'ennuyer votre auditoire par des regards tristes et désespérés.

*Partie 3 : Les secrets d'une excellente
prestation orale*

Pour parvenir à instruire, toucher et plaire, en plus de contrôler son langage corporel, le communicateur doit désormais impérativement réussir, lors de sa présentation, à établir une connexion fluide et limpide entre ses pensées et ses paroles. Le premier défi à relever est celui du trac.

Règles avant la prise de parole

Avant de prendre la parole, le communicateur doit respecter quelques règles essentielles. D'abord, il doit anticiper les conditions de l'intervention, ensuite il doit cerner les attentes de son auditoire. Enfin, il doit préparer son intervention puis tester son discours. Mais bien avant, une communication pour être parfaite doit être faite dans le calme, la quiétude d'esprit et surtout une confiance inébranlable en soi ; ce qui bien évidemment n'est pas toujours un acquis. Le premier exercice du communicateur est de transformer le trac en allié.

Règle n° 8 : Utilisez la peur et le trac en votre faveur

« Où serait le mérite si le héros n'avait jamais peur ? »

Alphonse ALLAIS

« Le trac, cela vient avec le talent »

Sarah BERNHARDT

De toute évidence, la personne la plus éloquente et la plus sûre d'elle éprouvera une certaine dose de peur devant un public qui lui est étranger. Le dictionnaire Le Petit Larousse définit le trac comme « *la peur, l'angoisse irraisonnée éprouvée au moment de paraître en*

public, de subir une épreuve, etc. ». Le trac, c'est la peur d'avoir peur. Ainsi dit, le trac est une émotion naturelle en réalité sans raison, sans fondement. Cependant cette crainte peut être convertie en énergie positive qui saura aider dans la présentation. « *Le trac est un dopant naturel qui va vous survoler au moment de prendre la parole. C'est votre meilleur allié* » [10].

Mais pour bénéficier du bon trac, il faut savoir avant tout que vous n'êtes pas le seul dans le cas. Justement, une étude révèle que 80 % des jeunes gens (étudiants) ont avoué toujours avoir le trac avant de parler en public. Ce pourcentage est plus élevé chez les adultes. Par ailleurs, les personnes les plus habiles en communication comme les conférenciers reconnaissent que le trac est toujours présent au début de chaque présentation. Ne fuyez donc pas ce phénomène naturel et commun à tous. Bien au contraire, il vous faut l'intégrer et l'accepter. Le mérite d'être un excellent communicateur se trouve justement dans le fait que tout le monde éprouve toujours une certaine dose de peur avant de prendre la parole en public.

Au-delà d'intégrer le trac, une autre astuce demeure incontournable : **avoir confiance en soi**, car, c'est en ayant confiance en soi qu'on peut bellement apeurer cette peur injustifiée. Il est bien d'admettre le naturel et le commun du trac, mais ce n'est pas suffisant pour lui faire face et l'en profiter. La gazelle face au lion ne peut nier sa peur, mais cela ne suffit pas pour la tirer d'affaire. Elle doit avoir confiance en elle et s'armer de courage pour se sauver. Bien que la comparaison soit un peu disproportionnée, il est judicieux de reconnaître que le communicateur qui veut réussir sa communication ne peut se passer de la confiance en soi. Il doit comprendre que « *Le vrai mur, c'est la barrière qu'on érige en soi-même. Il n'y a qu'une façon d'aborder ce mur : il faut le traverser.*

»⁹. Ayez confiance en vous, en la qualité de votre préparation et donc de votre communication. Soyez déstressé, relaxe et surtout gai.

Comme déjà précisée plus haut, la ponctualité est le premier pas pour déstresser et par conséquent réduire le trac. Venir au moins 15 minutes avant l'heure et participer aux derniers réglages permet de se familiariser à l'espace et aux premières personnes. J'utilise régulièrement cette astuce, profitant même de cette avance pour demander les noms des premiers participants. Ce faisant, je personnalise mes présentations en appelant quelques participants par leurs noms ce qui décompresse et déstresse l'assemblée qui dès lors s'ouvre parfaitement le long de la présentation.

En cas de persistance du trac, voici quelques exercices que vous pouvez faire en coulisses pour bénéficier du bon trac, et non de l'angoisse paralysante. Premier réflexe à combattre : le fait de se mettre en apnée (suspension volontaire de la respiration). Au contraire, inspirez profondément par une narine et expirez par l'autre narine est un exercice qui permet de bien oxygénier votre cerveau. Pensez aussi à la respiration abdominale : gonflez votre ventre en inspirant, en mettant une main. Cela vous permet de vous relâcher. Faites également quelques mouvements de relaxation de vos mâchoires (bâillements), avec votre tête et buvez un verre d'eau pour éviter un couac en début de présentation. « *Quand vous entrez sur scène, prenez deux secondes de silence avant de commencer. Pensez à votre check-list : respiration, relâchement, regard sur le public... »*[10].

⁹ Edward BOND, dramaturge britannique, cité par [19]

En tout, soyez confiant : le trac se dissipe avec l'action. Alors, recherchez des occasions de parler en public, lancez-vous, persévérez et soyez toujours certain d'être récompensé de vos efforts.

Règle n° 9 : Anticipez les conditions de l'intervention

« Il ne suffit pas d'être génial pour réussir, il faut surtout anticiper dans la vie, c'est toujours ceux qui ont un coup d'avance qui réussissent, pas les surdoués. »

Serge JONCOUR

À situation différente et environnement nouveau, la prise de parole est toujours, même pour l'expert en communication, un exercice laborieux qui exige plus d'application et de sérieux. L'inconnu fait inlassablement peur, c'est l'une des raisons pour lesquelles parler en public requiert d'apprentissage alors que parler à un groupe d'amis de choses sans importance soit plutôt facile. Pourtant, il suffit d'un peu plus de prospective pour en sortir dominateur et vainqueur.

Une stratégie infaillible pour dissiper la peur et contrôler la situation est de s'approprier l'environnement. N'hésitez pas à demander à l'organisateur plus de précisions sur les conditions de la présentation : où la conférence va-t-elle se dérouler ? De quel matériel allez-vous disposer ? Si votre présentation a lieu dans un hôtel, une salle de réunion, dans une salle de spectacles, rien ne vous empêche de découvrir les lieux de vue. N'hésitez pas non plus à vous renseigner sur l'équipement technique : disposerez-vous d'un pupitre, devrez-vous tenir un micro ou serez-vous équipé d'un micro-cravate ? Savoir aussi qui participe à la conférence et avoir

une idée de la nature de leur intervention peut ainsi aider à mieux préparer votre communication.

Règle n° 10 : Cernez bien les attentes du public

« L'attention de celui qui écoute sert d'accompagnement à la musique du discours. »

JOUBERT

Savoir déceler les émotions est un facteur déterminant dans la réussite d'une communication. Il ne sert à rien de toujours parler de ce que nous désirons. Il est évident que chacun de nous s'intéresse à ce qu'il désire. C'est pourquoi la seule façon d'influencer l'autre, c'est de lui parler de ce qu'il veut et de lui montrer comment il peut l'obtenir. Le secret du succès, s'il existe, c'est la faculté de se mettre à la place de l'autre et de considérer les choses de son point de vue autant que du nôtre, disait Henry Ford.

La communication est un échange et dans tout échange celui qui anticipe les attentes de l'autre est sûr de remporter la partie. Le secret du Président Abraham Lincoln pour réussir à toucher et plaire son auditoire était de toujours cerner d'avance les attentes de celui-ci. Il disait à ce propos : « *Lorsque je me prépare à discuter avec quelqu'un, je consacre un tiers du temps à penser à ce que je vais dire et deux tiers à penser à ce que l'autre va me dire* ».

Avant de commencer votre présentation, il vous faut forcément avoir des réponses claires à ces questions directrices :

- Quelle est la composition de votre auditoire (professionnels ou grand public) ?

- Quelles sont les attentes de mon auditoire ?
- Est-ce nécessaire d'entrer dans le détail technique ou sera-t-il plus parlant d'utiliser des allégories ?

Quoiqu'il en soit, le mot d'ordre est d'adapter son discours à son public. Il n'est d'ailleurs pas anodin de se centrer sur son auditoire afin de réduire son stress. Ayez à l'esprit que tout se joue maintenant et tout de suite. Si cela s'avère nécessaire, oubliez vos prises de notes ou du moins, adaptez-les aux réactions de votre auditoire. C'est l'auditoire qui commande.

Les orateurs débutants ont tendance à rester « égocentrés ». Ils se trompent d'objectif. Le fait d'être apprécié n'est que la conséquence d'une excellente communication. Se fixer comme objectif de plaire est égoïste et votre auditoire s'en apercevra. Ce qu'attend votre auditoire n'est certainement pas votre élégance, mais votre habileté à défendre votre idée, votre projet ou votre produit (mémoire ou thèse).

Règle n° 11 : N'improvisez pas, préparez plutôt votre intervention

« Un discours improvisé a été réécrit trois fois »

Winston CHURCHILL

« Si je disposais de neuf heures pour abattre un arbre, j'en emploierais six pour affûter ma hache. »

Abraham LINCOLN

Une préparation très soignée de son intervention est la base d'une présentation réussie. La préparation permet d'une part de réduire considérablement son trac en amont et d'autre part, de pouvoir affronter d'éventuelles objections dans le calme.

Fréquemment, sous l'effet de la pression ou pris par l'urgence un grand nombre de personnes préfèrent sauter l'étape de la préparation, en se disant qu'ils maîtrisent bien leur sujet, qu'une présentation moins formelle sera plus sympathique. Ce faisant, ce temps précieux de préparation, certains le passent à concocter des effets sur PowerPoint. Erreur ! Vous n'êtes pas le destinataire du message de votre communication. Même si le message paraît simple pour une préparation sérieuse, comprenez qu'il vous a fallu du temps pour avoir la connaissance que vous avez de votre sujet, pensez qu'il faudra autant de temps à votre auditoire pour vous comprendre si vous vous limitez à vos diapositives faites à la hâte. Par conséquent, il faut impérativement mettre du vôtre à l'étape de la préparation.

Il faut garder en tête que même ce qui peut paraître improvisé chez les grands orateurs ne l'est pas. Prenez toujours la moitié de votre temps à préparer votre communication, car, un entraînement

sérieux assure un combat facile dit-on. Pas question donc de se dire que l'on peut toujours sauter un passage ou détailler un exemple à la dernière minute. C'est le meilleur moyen de perdre votre fil et de tomber dans des approximations, ce que votre auditoire ressentira immédiatement.

Astuces pour bien se préparer

- Bien se documenter sur le sujet par la lecture et par des recherches sur internet sur l'objet de votre présentation,
- Faire un plan au lieu de rédiger un texte à lire. Le plan doit être une suite logique de grandes idées à développer afin de susciter l'action. Si vous avez des passages de textes à lire, retracez-les dans le plan,
- Préparer une présentation en PowerPoint afin d'illustrer vos propos en images.

Quid des interventions impromptues ?

À l'impossible, nul n'est tenu ! Certaines circonstances imposent que l'on sorte du confort des interventions préparées. Que ce soit dans le cadre d'une réunion de travail, de l'anniversaire/mariage d'un ami ou d'un collègue, il peut vous être demandé de faire un discours improvisé. Tous les regards se tournent alors vers vous, transpiration et confusion commencent par vous noyer. Vous n'y voyez aucune échappatoire possible.

Pas de panique ! Voici ici un ensemble de techniques pour réussir à improviser.

L'improvisation est mère du stress. La première technique est donc de garder son calme. D'abord, évacuez la peur par une grande inspiration et un large sourire. Le sourire envoie un signal positif à votre auditoire et parallèlement indique à votre cerveau que vous êtes heureux. Ensuite, rassurez-vous aussitôt de votre succès en

éliminant toutes les peurs d'échecs. Par la visualisation, convoquez dans votre cerveau une image ou un souvenir qui vous rend heureux (e) et gardez cette image ou ce souvenir dans un coin de votre tête à solliciter au besoin. Enfin, avant de commencer votre intervention, regardez votre public, souriez et enchaînez avec une phrase accrocheuse.

Une fois votre calme retrouvé, la deuxième technique est de bien commencer. Pour ce faire, vous pouvez vous appuyer de ce qui vient d'être dit précédemment ou encore rebondir sur une remarque précise. S'il s'agit d'une question, vous pouvez la répéter ou la commenter brièvement. Si vous n'êtes pas intimidé, vous pouvez raconter une anecdote. Plus audacieux, vous pouvez débuter par un dialogue avec l'auditoire, cela vous permet de gagner du temps et d'acquérir la confiance du public [11]. Si l'on vous demande votre opinion sur un sujet, adoptez le plan suivant : reprenez les avantages, les points négatifs et exprimez votre opinion. Surtout, ne vous excusez pas de ne pas avoir préparé votre discours, l'auditoire le sait !¹⁰

Il se peut qu'en dépit de l'improvisation, vous ayez encore quelques minutes avant de vous lancer. Saisissez l'occasion pour organiser votre intervention en quelques points. Une seule petite idée garnie d'exemples peut suffire pour capter l'attention de l'auditoire.

La troisième technique porte sur le contenu de votre discours. Les gens admirent toujours ceux qui s'expriment avec confiance. Que le discours soit préparé ou non, la règle est la même : soyez sincère. Ne jouez pas à l'orateur parfait, cela se sentirait et mettrait votre auditoire mal à l'aise. Pour finir, soyez convaincu de ce que vous

¹⁰ <https://agentmajeur.fr/improviser-discours-professionnel>

dites, car comme disait Cyril Gely¹¹ : « *L'orateur doit croire en son message. Vous n'intéressez personne si vous n'êtes pas vous-même enthousiaste* ».

La quatrième technique est celle de la précision. Sous l'emprise de l'urgence, la précision est de mise pour réussir à se faire comprendre, à plaire et à toucher son auditoire. Faites des phrases courtes structurées autour d'un plan simple. Ne vous précipitez pas de tout dire à la fois. Parlez avec un débit mesuré et posé, ce qui vous permettra de réfléchir et de mieux choisir vos mots pour plaire et toucher votre public. Exercez-vous à parler impromptu. Personnellement, je vous recommanderais de vous inscrire dans un groupe de toast-masters.

Enfin, l'anticipation est la cinquième et dernière technique qui permet de réussir une intervention impromptue. Winston Churchill, orateur hors pair et grand improvisateur avaient coutume de dire : « *Je n'improvise que lorsque je m'y suis longuement préparé* ». Vous aussi, vous pouvez vous préparer en anticipant certaines situations. Lors de votre prochaine réunion de travail, préparez-vous mentalement à improviser. Demandez-vous ce que vous diriez si on vous demandait soudainement de prendre la parole [11].

¹¹ Auteur du livre « Prendre la parole sans préparation ».

Règle n° 12 : Testez votre discours

« En grand avant de l'employer, en petit il faut l'essayer ».

Anonyme

Si votre présentation est un développement oratoire sur un sujet déterminé ou une allocution à présenter devant le public (ce qui est généralement le cas en matière politique), il est important d'éprouver votre discours avant la présentation. Qu'importe la clarté du discours sur support papier ou la parfaite structure de celui-ci, il va falloir expérimenter votre présentation. Cette règle impose de s'entraîner à prononcer son discours. Les hommes politiques, les professionnels de la communication consacrent beaucoup de temps à la répétition d'interventions médiatiques. La répétition, c'est votre brouillon à l'oral : accordez une attention particulière aux passages délicats ou stratégiques comme l'introduction et la conclusion et changez si ça coince. S'entraîner fera émerger ce sentiment d'être content de soi, ce qui va vous soutenir. Cela viendra dompter votre inquiétude.

Juste avant de prendre la parole, chauffez votre voix en parlant un peu si vous n'avez pas encore beaucoup parlé ce jour-là ; faire quelques mouvements pour détendre les muscles qui se crispent avec le trac (cou, épaules, bras...). Quelques grimaces pour détendre votre bouche et votre visage. Prévoyez un moment de calme, un « sas de décompression » pour vous rassembler, vous retrouver avant d'intervenir. Utilisez la technique des images mentales positives (comme les sportifs), pour vous reprogrammer et être plus serein.

Tester son discours, c'est également en quelques sortes anticiper les conditions de son intervention. Par exemple, si vous devez faire votre présentation dans une salle de conférence, vous pouvez aller à la veille de votre présentation dans la salle et vous imaginer en présence de votre public. Cela permet de ne pas se sentir dans un milieu étranger lors de votre présentation. Pareillement, cela permet d'essayer sa voix et savoir d'avance la tonalité et le timbre à utiliser pour rendre sa communication vivante et intelligible.

Pièges à éviter avant ou pendant la présentation

Ⓐ Écrire un discours à lire ou à réciter (après un travail de mémorisation). Lorsque vous le faites, toute interruption risque de vous dérouter et vous faire perdre le fil.

Ⓑ Faire une préparation moyenne. Je qualifie de préparation moyenne le fait pour le communicateur ou l'orateur de se contenter de faire un plan qui en plus d'être incomplet manque d'arguments pour soutenir ses grandes lignes. Il ne suffit pas de faire le plan. Le communicateur doit savoir d'avance les exemples et arguments qu'il pense utiliser pour soutenir chaque partie du plan.

Ⓒ Trop parler. Certains communicateurs ne savent pas se réservier de parler. Ils souffrent de ce que l'on pourrait appeler la verbomanie ou la logorrhée qui est littéralement la diarrhée verbale ou l'incontinence verbale. C'est un trouble de langage caractérisé par un besoin irrésistible et morbide de parler. Certains verbo manes intelligents s'en sortent bien. Mais quoiqu'il en soit, il faut savoir s'arrêter de parler. Généralement, les gens qui savent peu parlent beaucoup, et les gens qui savent beaucoup parlent peu.

Ⓓ Se bourrer le ventre de nourriture avant sa présentation. Parler après un repas peut s'avérer pénible en raison de la pression qu'exerce le repas sur la poitrine et donc sur la respiration. Le trop-plein avant une communication vous rend mal à l'aise pendant la

communication, car le deuxième cerveau qu'est le ventre étouffe le cerveau cartésien. Il est en cela conseillé de manger léger.

翫 Boire de l'alcool avant ou pendant la communication. Certaines personnes pensent qu'en état d'ivresse ils stressent moins. Cela est bien faux. L'alcool vous fait perdre votre lucidité et vos sens. Boire avant ou pendant la communication vous fait tourner au ridicule devant l'auditoire. N'oubliez pas que l'auditoire ou le public est votre juge.

Règles pendant la communication verbale

Pendant l'élocution, certaines règles s'imposent au communicateur. Il doit non seulement veiller à la cohérence de son discours oral, mais encore il doit rendre son intervention parlante en étant percutant, en évitant de jouer un rôle tout en se faisant le devoir d'être l'homme de la situation. Au-delà de ces exigences, la communication verbale de l'orateur doit être ponctuée. Enfin, le communicateur qui veut séduire son auditoire doit apprendre à accepter ses émotions et donc disposer plus d'une option dans la gestion des *trous de mémoire*.

Règle n° 13 : Sachez bien gérer vos vade-mecum (mémento)

« Quand on n'a pas bonne mémoire, il faut avoir de la discipline et de l'ordre dans ses affaires. »

Jacob GNAMMOU

La mémoire est imprévisible. Elle fonctionne quelquefois à des rythmes incontrôlés et incontrôlables. Il est difficile de lui faire confiance. C'est donc peine perdue que de vouloir se fier à elle pour réussir votre présentation. Les trous de mémoire peuvent vous surprendre à tout moment et ainsi transformer votre présentation *a priori* bien préparée en naufrage.

Deux réflexes communs à beaucoup de personnes sont de tout rédiger ou tout apprendre par cœur. Grave erreur ! Ce sont les deux réflexes qu'il faut justement combattre. Si l'une et l'autre de ces idées donnent le sentiment d'être rassuré, elles font courir de grands dangers. Un discours écrit et lu à voix haute est tout sauf vivant et même si vous l'apprenez par cœur, cela s'entendra [10]. Le « *par cœur* » est aussi le meilleur moyen d'avoir un trou et de perdre le fil.

Autre idée destructrice à éviter : noircir vos transparents. Si la présentation PowerPoint aide votre public à mémoriser votre message, elle ne remplace pas votre prestation orale. Le PowerPoint ne doit pas contenir des phrases longues et son contenu doit être aéré afin que vous puissiez captiver votre auditoire pour qu'il puisse avoir l'aisance de vous suivre et distinguer les différents points de votre analyse.

Rappelez-vous que le but du communicateur éloquent est d'abord d'instruire, ensuite de toucher et enfin de plaire. En conséquence, adoptez un esprit de celui qui échange et partage pour réussir à instruire et par là même toucher votre auditoire, car une présentation réussie n'est jamais conçue dans le but d'afficher une forme de supériorité.

Un vocabulaire simple et clair est de mise pour éviter d'exclure des gens dans votre communication. Il faut se mettre à la portée de votre auditoire et puiser dans sa culture. Toutefois, vous pouvez vous autoriser de temps en temps à varier votre registre de langue : c'est un moyen de donner un peu de vie et d'émotion à votre message. « *Employer un mot soutenu donne au message une dimension sérieuse, tandis que choisir un mot de registre familier peut traduire une humeur, donner de la spontanéité* » [10]. Pas question d'emprunter un jargon technique, d'utiliser des mots anglicistes ou des acronymes dans votre présentation orale à moins qu'ils soient explicités et compris par l'ensemble de votre auditoire. En revanche, pas question de descendre en-deçà du registre familial.

Règle n° 14 : Veillez à la cohérence du discours

« La cohérence sauve de l'ennui. Un discours sans cohérence est une catastrophe ».

Jacob GNAMMOU

La cohérence d'une communication est l'absence de contradiction entre les données, les idées et les informations. C'est tout simplement l'accord des idées entre elles. Et là pertinemment, réside toute la qualité d'une communication. Plusieurs communications ou présentations (bilan d'exercice, présentation d'un projet à un partenaire, etc.) sont composées d'arguments, d'idées et des chiffres qui s'enchevêtrent. Toute la difficulté réside à partir de cet instant dans la manière de bien les agencer.

De loin, n'oubliez pas l'objectif que vise votre communication. Que ce dernier soit de faire découvrir au public une idée nouvelle, un produit, un résultat, etc. ou de l'aider à comprendre pour adhérer à l'idée, veillez prioritairement à réussir la structure de votre présentation orale.

Une fois la structure réussie, plutôt que de commencer avec des valeurs, des formules et des chiffres débités de nulle part, commencez votre communication en annonçant votre « idée force » c'est-à-dire votre message clé, l'objet de votre intervention : c'est l'attaque. Ce faisant, vous maintenez le public à votre écoute. Le public sait où vous voulez en venir, à vous désormais de suivre le plan (la structure) et de ne pas vous en éloigner.

N'oubliez pas que la conclusion doit être le point principal de votre présentation, et non une chute. Incitez à l'action, imaginez une

formule percutante et tonifiante. Évitez surtout les formules telles que : « *Je crois que je vous ai tout dit, voilà...* ». Si vous avez un slogan déjà présenté lors de votre communication, c'est le moment d'y revenir.

Règle n° 15 : Rendez votre intervention parlante

« Un bon croquis vaut mieux qu'un long discours »

« Une image, c'est 1000 mots »

L'image est le reflet de l'âme. Quand on vous dit « *Éléphant* », vous ne comprenez le mot qu'en vous référant à une image que vous avez déjà de l'éléphant. De façon analogue, la compréhensivité d'une communication ne dépend pas du contenu de l'élocution, mais des arguments et exemples imagés que donne le communicateur le long de sa présentation. Avec un contenu très riche, une présentation peut toutefois être ennuyeuse. Votre auditoire peut sortir de votre communication avec le sentiment d'avoir perdu son temps.

Comment ne pas tomber dans ce travers ? La réponse est toute simple : il faut donner vie à son discours. Et cela passe par l'utilisation d'exemples, d'images, d'humeurs. Ce sont des concentrés de vitamines qui viennent compléter l'idée en la reformulant sur un autre registre. Gardez également bien en tête qu'il faut puiser ses arguments dans trois (3) registres différents : le registre dit de la Tête, le rationnel ou le conceptuel ; le registre dit du Cœur, l'émotionnel qui fait appel aux valeurs, aux attentes, aux

intérêts ; et le registre du Corps, celui du factuel, du pragmatique, de l'opérationnel.

Le registre de la tête (rationnel ou conceptuel) : c'est ici le moment pour vous de faire ressurgir le critère « cohérence du discours ». Mais au-delà, ce registre impose de ne parler que de ce qui est vrai, réel et réaliste. Ne soyez surtout pas un vendeur d'illusions. Sachez-le, votre auditoire n'est pas un attrouement de personnes ignorantes. Il (auditoire) sait de quoi vous parlez et chaque personne qui vous écoute, a une connaissance ne serait-ce qu'infime de votre sujet. Mentir ne fera que vous sortir de votre communication, car votre auditoire vous le fera savoir par des réactions perceptibles.

Le registre dit du cœur (l'émotionnel) : la tête qui pense sans le cœur qui la dirige est un chemin qui conduit tout droit à l'errance. Le registre émotionnel vous impose d'orienter ou de réorienter votre communication au gré des émotions de votre auditoire. L'idéal ici est de moins penser à soi-même (intérêts personnels et égoïstes, besoin de paraître) et de beaucoup plus penser à votre auditoire, aux attentes à combler.

Le registre du corps (le factuel, le pragmatique, l'opérationnel) : il est question ici de la gestuelle. Cette règle a été déjà développée dans la deuxième partie du livre (communication non verbale).

Couvrir ces trois niveaux permet de toucher tout le monde. Exposez le fond afin d'amener votre public à ressentir avec vous le message visant une décision d'agir spontanément.

N'oubliez pas que parler, c'est échanger. Votre public vous parle, à vous de comprendre ce qu'il vous dit et de vous en servir pour rendre vivante votre présentation.

Règle n° 16 : Soyez immédiatement percutant

« Nous n'avons pas deux fois la chance de faire une bonne première impression. »

« La première impression est toujours la bonne, surtout quand elle est mauvaise. »

Le succès ou l'échec d'une intervention en public se joue souvent dès les premières secondes, c'est-à-dire dès les premières phrases. Si l'intervention commence bien, il y a toutes les chances pour qu'elle continue bien. À l'inverse, si elle commence mal, elle finira encore plus mal à cause de l'effet d'entraînement et d'amplification provoqué par les réactions du public. Pour Andril Sednlev, « [...] dans les sept (7) premières secondes, les gens décident s'ils vous aiment ou non et dans les 30 premières secondes, ils décident s'ils vont vous écouter ou non ».

Le but ultime est d'obtenir l'écoute attentive de votre auditoire dès vos débuts de présentation. Si votre public se déconnecte de vous dès les premières minutes, il pourrait être difficile de le ramener. C'est pourquoi vous devrez consacrer le maximum d'énergies pour le captiver dès vos premiers mots.

Toutefois, il importe également de savoir que l'écoute collective évolue au rythme d'un moteur diesel. Vous n'aurez pas à l'entame de votre communication l'attention de tout votre public. Tout l'auditoire ne vous écoutera pas attentivement.

C'est pourquoi, au-delà des premières secondes de votre intervention que vous consacrerez à l'accueil « *Bienvenue* », « *Merci*

de m'accueillir », « *Je suis ravi de venir vous présenter...* », il faut immédiatement capter l'attention de votre auditoire par un élément qui va exciter la curiosité de votre public et mobiliser son attention. Il faut attaquer par une métaphore marquante qui va jouer le rôle d'un détonateur. Ce peut-être une image, une vidéo flash, une histoire émouvante, un cas d'entreprise exemplaire ou son contre-exemple que l'on puise dans la culture du groupe : le sport, les grands patrons, les produits marketing révolutionnaires, la cinématographie, les expériences et cultures générales [10]. Selon JeffCommunication (2012), les histoires personnelles, les questions provocantes (questions Pourquoi ou Comment) et les déclarations percutantes sont d'excellents moyens de capter l'attention de l'auditoire au début des discours [12]. Il n'est dans la pratique pas rare de constater que des orateurs commencent leurs discours sans saluer. Ils tiennent d'abord à avoir l'attention du public par quelque chose d'**original**, de **saisissant** et surtout d'**inattendu**. Puis ils reviennent aux salutations d'usages.

Parfois, plutôt que de rentrer immédiatement dans le vif du sujet, pour captiver son public, la solution se trouve ailleurs. Il peut s'agir de commencer par une petite anecdote ou une petite scène que l'on vient même de vivre.

Quoiqu'il en soit, vous n'aurez jamais deux occasions de maintenir votre public à votre entière écoute. Alors, profitez des premières secondes pour le captiver par vos premiers mots. Étudier et connaître son public est en cela très important.

Règle n° 17 : Soyez l'homme ou la femme de la situation

« Une fausse note jouée avec timidité est une fausse note, une fausse note jouée avec conviction est une interprétation. »

Claude LUTER

À l'image du célibataire, un sentiment d'incomplétude est inévitable dans l'esprit de quelqu'un qui s'apprête à écouter un orateur. Une soif inextinguible de savoir, de compétence ou tout simplement d'informations est indéniable. À ses yeux, vous êtes « *la lampe d'Aladin* » qui s'apprête à assouvir tous ses desseins en termes de besoins d'informations, de savoir, etc. Comme un magicien qui doit jouer des tours pour emballer son public, vous êtes pour votre auditoire l'homme qu'il faut à la place qu'il faut et au moment où il fallait. Dès votre introduction, l'auditoire se pose une question à laquelle vous devez impérativement répondre dans les minutes qui suivent. Chaque personne en face de vous se demande pourquoi il devrait vous écouter.

Vous devez donc être convaincant dans votre intervention pour bien faire passer le message. Un principe s'impose toutefois à vous : n'essayez pas de tricher, car cela se sentira immédiatement et vous serez très vite discrédité auprès de votre auditoire. Pensez ce que vous dites et ressentez-le. Votre corps et votre voix doivent dire la même chose ; pour cela, soyez convaincus de ce que vous dites au risque de susciter de la méfiance chez votre auditoire.

Il est également primordial de bien maîtriser son sujet et cela passe par la culture (la lecture en occurrence). Efforcez-vous d'avoir une

connaissance assez large. On ne vous demande pas d'être expert dans toutes les disciplines, mais d'avoir le minimum de connaissances en comptabilité, en politique, en droit, en économie, en sport, etc. Toutefois, dans le domaine qui relève de votre compétence, soyez un expert. L'excellence est de mise, pas d'à-peu-près.

Dès que l'on sort de son champ de compétences, on risque de faire des approximations. Or il suffit d'une seule digression mal maîtrisée pour semer le doute dans l'esprit de votre auditoire quant à l'ensemble de votre présentation.

Animez votre présentation par la voix, les gestes et le regard. Là encore revient une des pierres angulaires d'une communication réussie : la voix. Elle ne trompe pas. Vous devez bien maîtriser votre voix afin de bien vous en servir. Vous devez être en mesure d'utiliser votre voix pour transmettre les émotions (cachées derrière votre message) au public : joie, tristesse, mélancolie, nostalgie, amour, etc.

Outils et astuces de persuasion

Pour paraître aux yeux de votre public comme l'homme ou la femme de la situation, il faut :

- Être simple,
- Être convaincu en premier de ce que vous défendez comme projet ou de ce que vous véhiculez comme message.
- Être assuré de la qualité de ce que vous dites,
- Contrôler le langage corporel,
- Accepter le « non » et enfin,
- Créer un lien sincère avec votre interlocuteur par l'humour et l'empathie.

Règle n° 18 : Ne jouez pas un rôle

« L'orateur qui veut à toute force jouer un rôle tue son bonheur et celui de son auditoire »

Anonyme

Le trac, les émotions et la pression que l'on ressent sont autant de facteurs qui ont le pouvoir de transformer votre présentation en exercice périlleux. Cela devient tout sauf un acte naturel... et pourtant le mot d'ordre est de rester soi-même autant que possible.

De vif et animé à fade et ennuyeux, il n'y a qu'un "demi pas" : celui de « *faire comme* » c'est-à-dire celui de jouer un rôle. Le communicateur qui lors de sa présentation s'efforce de jouer un rôle ne peut pas être naturel et cela se fait aussitôt ressentir. On assiste à des singeries et la communication est tout sauf animée. Alors, pas question de vouloir adopter une attitude qui ne vous correspond pas, que ce soit un nouveau style vestimentaire ou l'idée de vouloir faire de l'humour à tout prix. Il faut avant tout être bien dans sa peau.

Sous l'effet du trac, vos efforts donneront l'impression que vous singez un style : rien de pire qu'un mot d'humour qui tombe à plat ou un ton faussement solennel dans un contexte qui ne l'est pas. Ce réflexe de vouloir changer de style témoigne en réalité d'une difficulté à accepter son image. Apprenez à aimer votre image. Cela jouera en votre avantage. En somme, vous devez aimer votre personne : votre voix surtout et votre communication ensuite.

Règle n° 19 : Ponctuez votre communication

« La ponctuation est le poumon du discours. »

Anonyme

Pour atteindre le but par une excellente communication à savoir INSTRUIRE, TOUCHER et PLAIRE, il faut savoir marquer des silences ou des pauses. Il ne sert à rien de présenter une longue communication ou un long discours en peu de temps sans captiver son auditoire. Il ne s'agit pas de faire des pauses de cinq secondes après chaque phrase. Le public s'endormirait ou penserait que l'orateur a pris du valium à haute dose. Réservez les pauses de cinq secondes pour les fins de paragraphes. Donnez simplement du relief à votre discours grâce aux silences qui permettent de mettre certains mots en valeur. Communiquer suppose aussi des silences, non pour se taire, mais pour laisser un espace à la rencontre des mots, disait Jacques Salomé.

Nous avons déjà parlé de la verbomanie qui est un piège à éviter lors des communications. Nous y revenons encore une fois. Le communicateur doit prévoir dans sa communication des pauses. Cela lui permettra de mettre en relief certains points, de susciter la curiosité. Le silence est très puissant, il donne de la valeur à ce qui a précédé ou à ce qui va suivre. Il y'a un temps pour ne rien dire, il y a un temps pour parler, mais il n'y a pas un temps pour tout dire. Faire des pauses est aussi le moyen de vous plonger dans l'émotion et de mieux transmettre votre conviction.

La parole est évidemment essentielle, mais elle n'est entendue que grâce aux silences. Cela s'explique par des raisons aussi bien physiologiques que psychologiques [13].

Quand on parle, on pense en même temps, et on croit que l'auditeur entend et comprend en même temps, comme si la compréhension était instantanée. Ce qui n'est bien évidemment pas le cas. L'influx nerveux a besoin d'un certain temps pour circuler dans les neurones. Ce temps est très court, de l'ordre de quelques dixièmes de seconde, mais il est réel et incompressible, surtout lorsque vous dites une chose nouvelle, à laquelle l'auditeur ne s'attendait pas. Vous devez donc laisser à votre auditeur le temps de comprendre ce que vous venez de dire avant de passer à la suite, sinon, il est obligé d'écouter la nouvelle phrase alors qu'il n'a pas fini de comprendre la précédente. Au bout de quelques phrases, cela crée un effet d'accumulation. Il y a embouteillage, engorgement, bref ! le résultat est que votre auditeur cesse de vous écouter parce qu'il est saturé. Du coup, il se met à penser à autre chose et perd sa concentration. Pour y remédier, il faut simplement faire des pauses de plusieurs secondes (cinq secondes maximum).

Le silence de la pause a un autre effet : il provoque l'attente de l'auditeur, donc son attention. Une parole en flux continu est généralement monotone alors que le silence réveille l'auditoire. Certains orateurs sont passés maîtres dans la gestion des *temps morts* lors des communications. Marc BONNANT, célèbre avocat et orateur suisse lors de la présentation d'un discours sur la mort de l'éloquence, s'est tu à un moment décisif de son discours. Pour justifier cette attitude, l'orateur dit ce qui suit : « *Ce silence ne tient pas au fait que je taris. Ce silence est pour mesurer votre degré de résistance aux arguments que je développerai tout à l'heure* ».

Voyez-vous comment le silence peut même servir à mesurer l'attention que l'on vous prête lors de votre communication ?

Règle n° 20 : Acceptez vos émotions

« Mimez l'assurance plutôt que la timidité, mimez la force plutôt que la faiblesse, mimez la bonne santé plutôt que la maladie, et l'imagination dévastatrice aura du mal à s'installer. »

Alain

Ce qu'on redoute le plus, c'est généralement ce qui nous arrive. La performance devenue une obsession peut transformer le passionnant exercice de communication en véritable calvaire. Plusieurs personnes avant leur présentation se disent : « *Je n'ai pas le droit de rater ma présentation* », « *mon chef compte sur moi pour bien vendre notre nouvelle stratégie* », « *C'est l'ultime chance pour moi de faire bonne impression, je ne dois pas la perdre* ». Ce faisant, ils ne font que par leur crainte, attirer vers eux le pire. Ainsi, les raisons de subir un trac important ont vite tendance à se démultiplier.

Tous les conférenciers mêmes les plus éloquents sont généralement saisis par l'angoisse de la performance et se sentent condamnés au sans-faute. Cependant, parler en public au lieu d'être une épreuve doit être un plaisir ce qui procurera indubitablement de la spontanéité dans votre intervention. Et si l'on bafouille au moment de prendre la parole, il n'y a rien de dramatique. Gardez en souvenir que le pianiste Arthur Rubinstein était connu pour quelques fausses notes qu'il lui arrivait de commettre lors de ses concerts. Ce qui n'empêchait pas ces auditions de traduire la générosité même.

Face à une éventuelle *fausse note* en présentation, n'hésitez pas à dire votre émotion. Cela vous permettra d'évacuer votre stress et le public vous apportera son soutien. Votre auditoire est conscient que vous êtes un humain et non une machine, il comprendra vos fausses notes. Faire une présentation sans fautes est l'idéal sinon le but ultime que poursuivent tous les orateurs, mais les meilleurs conférenciers savent que faire de cet idéal une obsession est la meilleure façon de bâcler une présentation.

Règle n° 21 : Séduisez votre auditoire

« C'est encore peu de convaincre, il faut savoir séduire. »

Voltaire

Il ne suffit pas que de convaincre son auditoire, il faut surtout réussir à l'emballer, à le séduire. Vous pouvez rendre inoubliable votre intervention bien qu'étant la énième personne à présenter sur le même sujet. Tout réside dans l'angle que vous choisissez : préférez une approche originale, une nouvelle vision. Et personnalisez votre message de façon à le mettre en valeur. L'éloquence implique une notion de séduction.

Tout au long de la présentation, il faut penser à rassembler un certain nombre d'éléments pour que le public reste attentif et ait envie d'en savoir plus. Repérez dans votre discours, différentes charnières dramatiques au cours desquelles il est important de marquer des accents toniques. Rien de tel que de faire participer le public en posant une question et en demandant de lever la main si

l'on est concerné par la situation [10]. Il est intéressant également de montrer à l'assemblée l'objet en question : brandissez le rapport ou le produit technologique que vous évoquez. Si vous êtes dans une salle de conférence équipée d'instruments de sonorisation, une pause musicale avec une musique qui cadre avec le thème objet de votre présentation retiendra votre auditoire en haleine.

Règles à observer à la fin de l'élocution

La communication verbale s'achève par une étape cruciale de questions – réponses que l'orateur doit impérativement observer. Ce n'est qu'après que le recueillement s'impose au communicateur.

Règle n° 22 : Sachez gérer les questions

« Une réponse douce apaise la fureur, une parole blessante fait monter la colère. »

PROVERBES 15 verset 1 [1]

Une présentation ou une communication qui ne suscite aucune réaction du public a été mal faite. Même parfaite, votre présentation ne saurait être entièrement comprise au point de ne nécessiter aucune question ou réaction. Votre auditoire aura de toute évidence un mot à placer à la fin de votre présentation. Ne serait-ce : « *Je vous remercie pour la communication...* », « *Je suis ému par ce que vous dites* », « *Je ne suis pas tout à fait d'accord avec vous sur certains points* », « *Je n'ai pas compris deux ou trois trucs* », etc.

La fin de votre présentation orale est une ouverture à une autre étape de votre intervention : la séance des Questions-Réponses. Il faut surtout éviter de s'effacer. Bien finir votre présentation implique d'inviter le public dans le débat en l'exhortant à poser des questions. Les expressions comme : « *je n'en dis pas plus* », les « *etc.* » en guise de conclusion sont à bannir. Évitez également de finir votre présentation par un silence. Bien au contraire, terminez par une conviction qui ponctue. Ouvrez ensuite le débat. Pour ma part, j'aime bien citer Woody Allen : « *J'ai les réponses, qui a les questions ?* ». Ou encore « *Qui a la première question ?* ». Mettez-vous à la place de votre interlocuteur. Demandez-vous quels sont ses désirs et ses besoins.

Pour bien gérer cette phase de la présentation, pensez à l'avance aux questions prévisibles, concentrez-vous sur l'écoute et formulez des

réponses claires et précises. Face à une objection, ne vous sentez pas personnellement visé. Gardez toujours votre calme, questionnez votre contradicteur puis reformulez sa pensée en positif. Il vous suffit ensuite de répondre d'un ton assuré et de façon concise et de vérifier l'accord de votre interlocuteur. Dans le rang de l'auditoire, il y'a toujours cette personne qui pose des questions dont il a déjà la réponse. Son but est de vous faire perdre le fil ou de vous déstabiliser. Ne jouez pas à son jeu, mais ne brimez pas non plus sa fierté. Ayez la diplomatie de l'amener à répondre par lui-même à ses questions « *pièges* ». Chaque partie en sera gagnante. Quand vous n'avez pas une réponse à une question claire qui vous est posée, ne paniquez pas. Vous n'êtes pas omniscient. Soyez juste honnête envers votre interlocuteur. Il sera heureux de vous appuyer s'il a la réponse de sa question.

En résumé, pour réussir cette épreuve, il ne faut :

- Jamais attaquer (attaquer, c'est perdre son énergie),
- Pas chercher à dominer l'autre (le rapport de domination altère la communication),
- Pas réagir à chaud (les plus grandes décisions se prennent dans le calme),
- Pas réagir dans la peur et le stress.

Règle n° 23 : Se recueillir une fois le discours terminé.

La fin du discours marque le début d'un autre exercice : celui du repos. Pas question de se lancer dans une entreprise de bonnes impressions en cherchant à récolter les satisfécits de son public ébloui par le discours. Ce n'est également pas le moment de chercher à répondre aux fâcheuses critiques de son auditoire.

Le communicateur une fois la communication terminée doit se soustraire implacablement des amis qui croient de leur devoir de venir aussitôt faire la critique du discours qu'ils ont entendu, contraignant ainsi le communicateur à se défendre, à parler encore, lui dérobant ainsi un repos bien gagné.

Règle n° 24 : Soyez dans une dynamique de perfectionnement

« Le succès d'un jour est la somme de petits efforts, répétés jour après jour. »

Leo Robert COLLIER

L'échec n'est pas une fatalité. Quoi que nous fassions dans la vie, la réussite au premier essai n'est pas toujours garantie. On ne demande à personne d'être éloquent dès ses premiers essais. L'éloquence s'inscrit dans une logique de progression. Un communicateur éloquent a dû passer d'échec en échec sans perdre son enthousiasme. Le découragement n'est pas permis après une mauvaise présentation.

Gardez en tête que si certains ont des facilités d'ordre culturel pour réussir dans l'art oratoire, être un bon orateur n'est pas inné. On n'est pas programmé pour être bon ou mauvais. C'est lié à la pratique. Comme toute compétence, réussir ses interventions s'inscrit dans une courbe de progression. Cependant, n'attendez pas qu'on vous invite comme conférencier ou que votre directeur vous demande de présenter un projet à un groupe d'investisseurs pour espérer connaître votre premier échec. Cela pourrait être fatal. Mieux vaut donc saisir toutes les occasions pour s'entraîner.

Vous pouvez commencer par demander à présenter les rapports des réunions, assistez aux tables rondes entre collègues de travail ; si vous êtes étudiants, n'hésitez pas à parler en face de vos camarades. Car, le secret pour progresser, c'est d'arriver à prendre davantage de plaisir à intervenir en public. Observer les orateurs permet aussi

de progresser. Vous pouvez assister aux audiences ouvertes au public dans les tribunaux et observez comment les avocats font leurs plaidoiries. Pour finir, vous devez avoir un modèle en la matière, une personne dont la manière de parler vous correspond.

Le plus important est de gagner en confiance : entre la gestuelle, la façon de construire son discours, la diction, etc. On a toujours quelque chose à apprendre de quelqu'un sur la manière de faire telle ou telle chose. Il faut simplement ne pas rester focalisé sur ce qui ne va pas.

*Partie 4 : Analyse du mode de
communication chez les leaders
religieux, les hommes / femmes politiques
et les enseignants*

Parler en public prend des allures aussi diversifiées que complexes au regard de nos positions ou de notre qualité et surtout en fonction de la destination de la parole. Il paraît donc judicieux de revenir sur certaines variances de la communication ne serait-ce qu'au niveau de trois groupes socioprofessionnels à savoir les leaders religieux, les enseignants et les leaders politiques.

La communication chez le leader religieux : une évolution au rythme des mentalités ?

S'il existe une qualité évidente qui caractérise les bons leaders religieux des autres qui ne le sont pas, c'est la façon dont ils s'expriment face à leur auditoire (les fidèles). Que ce soit dans l'Islam, dans le christianisme ou dans les religions endogènes, une des aptitudes que doit avoir un leader est l'art de bien parler en public. Mais il ne suffit pas de savoir parler pour être leader religieux. Ambigüe, certes, mais réel. Comme nous l'avons déjà dit, une communication réussie repose sur une prédisposition à l'échange, sur le désir d'apprendre aussi des autres. En cela, la certitude de posséder la vérité ou au moins une partie de celle-ci est cancérigène pour une excellente communication. Le leader religieux pour glaner la confiance des hommes doit partager une vision optimiste, réaliste plutôt que dogmatique et apocalyptique. Un discours dogmatique entraîne inévitablement l'exclusion. C'est ici le moment de différencier la religion de la spiritualité.

Religion versus Spiritualité : les dogmes vont-ils triompher de la raison ?

L'évolution des sociétés crée jour après jour, un désintérêtissement aux paroles dogmatiques. Les hommes sont de plus en plus curieux et objectifs. Sachons-le, les écrits religieux ne sont pas des doctrines inflexibles. Ils sont des lignes de conduite destinées à recadrer les actions des humains. Et justement, devant une pression des règles dogmatiques, les hommes se réfugient dans leur propre conception du monde plutôt que dans une règle figée. Ils ont ainsi une prédisposition à être « *spirituel* » plutôt que « *religieux* ». En effet, ces deux mots sont différents sur plusieurs aspects :

- La religion se base sur un livre tandis que la spiritualité suit les lois de la nature ;
- La religion nous remplit de rêves de gloire au Paradis tandis que la spiritualité nous fait vivre la gloire et le Paradis ici et maintenant ;
- La religion nous fait croire à la vie éternelle alors que la spiritualité nous rend conscients de la vie éternelle ;
- La religion promet la vie après la mort alors que la spiritualité consiste à trouver Dieu dans notre intérieur pendant la vie et la mort ;
- Il y'a une seule spiritualité, mais plusieurs religions ;
- La religion a un ensemble de règles dogmatiques tandis que la spiritualité nous invite à raisonner sur tout, à tout mettre en question ;
- La religion menace et fait peur, la spiritualité donne la paix intérieure ;
- La religion parle de péché et de culpabilité, la spiritualité dit : « apprends de l'erreur » ;
- La religion invente, la spiritualité trouve ;
- La religion est humaine, la spiritualité est naturelle, sans règles humaines ;
- La religion est la cause des divisions, la spiritualité unit ;
- La religion cherche à vous faire croire tandis qu'avec la spiritualité, il faut chercher pour croire.

Ces différences, couplées à l'évolution des mentalités, révolutionnent les bases de la communication dans les milieux théologiques. En effet, l'éducation appelle à l'éveil des consciences, à l'expression du libre arbitre et au droit de remise en cause. La montée en puissance des dépenses en capital humain dont le seul but est de mieux instruire les citoyens des Nations, conduit de toute évidence vers l'apogée du dogme. La raison ôte à la religion toute sa

puissance enivrante. Les hommes sont de ce fait de moins en moins enclin à écouter sans remettre en cause. La loi disparaît ainsi au profit de la foi (qui n'exclut pas la raison). Comme le disait et l'écrivait Albert Jacquard, il n'y a plus aucun dogme qui tienne vraiment la route, devant la science, l'évolution, les progrès de l'histoire et de l'archéologie, les aspirations des hommes et des femmes à la liberté, l'égalité par la justice, la fraternité à l'échelle de la planète.

Quels enseignements pour un peuple « rationnel » ?

Même si les écrits religieux, au même titre que la biologie humaine sont restés identiques au fil des années, l'espèce humaine a quant à elle, beaucoup évolué avec la technologie. Les raisonnements diffèrent. Au fil des générations, l'être humain devient davantage hostile aux enseignements dogmatiques. « Toute la vie des hommes est relative, elle tient compte des changements de société, elle s'adapte aux nouvelles politiques, elle évolue avec la pensée, les idées, et Jésus l'avait bien compris, déjà ! »[14]. Il faut donc chercher, apprendre à recommencer, démonter et reconstruire, douter bien sûr, redire les choses autrement, accepter de reconnaître l'erreur et l'impasse, se projeter dans l'avenir, inventer et oser. Cette situation rehausse la communication chez les religieux à un panel plus exigeant. La mission est ardue et n'est pas gagnée à l'avance puisque les leaders religieux doivent sortir de l'ordinaire pour se muer en porteurs de solutions. Il ne leur est pas interdit de proposer dans leurs sermons et enseignements, des alternatives pour solutionner les problèmes contemporains tels que le chômage, le changement climatique, etc.

En clair, le leader religieux doit naviguer entre écrits religieux statiques et mentalités humaines dynamiques. Dans ces conditions, pour émouvoir un peuple par les paroles, il faut lui parler de ce qui

le motive réellement. Il est inutile de rappeler à un addictif de l'alcool les effets nocifs de sa dépendance. Il est également infructueux de lui dire combien son addiction lui coûterait que ce soit sur la qualité de sa relation avec Dieu ou en termes de dépenses monétaires.

Ce que j'essaie de dire, c'est qu'on ne peut pas changer une personne en lui rappelant ses vices ou ses erreurs. Rappelez à un homme à quel point il est égaré et il s'égarera davantage par votre incontinence. Insistez sur ses rares qualités devenues imperceptibles en raison de ses écarts de conduite et il vous écouterà dans l'espoir de raviver ses qualités. Mettre le fidèle dans l'embarras de choix entre le rêve d'un paradis et la crainte de l'enfer c'est déjà le condamné à l'errance sur terre.

Comme Jésus-Christ, Mahomet ou encore Martin Luther King, il faut toujours voir le verre à moitié plein au lieu de le voir comme à moitié vide. Cette technique est infaillible pour rallier les gens à une cause. Les hommes ont besoin d'assurance et de motivation pour changer. Et il faut toujours garder à l'esprit que chaque être, même le plus *pourri* renferme en lui une étincelle, une lumière que l'épaisseur des circonstances cache. À vous de découvrir aussi bien cette lumière que cette obscurité. Tout n'est jamais perdu pour personne.

L'église ou la mosquée sont des reposoirs pour les esprits accablés par les cataclysmes du monde. C'est pourquoi la voix des leaders religieux doit être la voix des sans voix, la voix des malheureux qui s'enferment dans le cachot du désespoir. Le leader religieux souvent vu comme *berger* doit avoir comme bâton la parole optimiste. Cette parole qui dit aux jeunes qu'ils peuvent encore y arriver ; qui leur rappelle qu'ils sont toujours bons, capables, talentueux et qu'ils peuvent toujours par leurs actions susciter l'empathie de Dieu ou d'Allah.

Pour réussir à émouvoir par la parole, le leader religieux doit, en plus d'être un exemple, éviter de :

- ✓ Juger son auditoire (ses fidèles) explicitement ou même implicitement ;
- ✓ Paraître juste et irréprochable aux yeux de l'auditoire¹² ;
- ✓ S'exclure de sa prédication ou de sa communication ;
- ✓ Faire des reproches dirigés ou visés à ses fidèles lors de ses communications ;
- ✓ Être redondant sur des propos appréciés par son auditoire.

Il doit faire preuve d'humilité pour discerner le besoin de son auditoire.

Même si la rengaine est fâcheuse, le leader religieux qui se veut rassembleur, doit pouvoir indépendamment du thème objet de l'enseignement, faire passer le message suivant : ***qu'il importe le passé, il existe toujours une possibilité de construire un futur meilleur.***

¹² Tous ont péché et sont privés de la Gloire de Dieu. (Romains 3 : 23)

Sens et portée de la communication en politique

Au commencement était la Parole. S'il y'a bien un domaine dans lequel ce passage biblique a une valeur de prophétie, c'est en politique. En effet, la réussite ou l'échec en politique dépend étroitement des capacités à s'exprimer. Mais au-delà des mots, ce sont surtout les « non-dits » qui sont sculptés lorsque l'homme ou la femme politique s'exprime.

La communication non verbale : un indice expressif de crédibilité en politique

La maîtrise de la communication non verbale est l'un des facteurs de la réussite en politique. C'est le *body langage* qui participe à la construction de l'image, de la crédibilité et de la popularité de l'homme ou de la femme politique. Selon le Professeur Jerry SHUSTER de l'Université de Pittsburgh en Pennsylvanie, le langage du corps, les mimiques, les tics, et autres expressions faciales représentent 85 % de ce que le public retient d'une communication orale (en occurrence chez les politiciens). Raison de plus pour que les hommes/femmes politiques s'efforcent à comprendre comment fonctionne le cerveau de ceux qui écoutent (les électeurs) [15].

Quand le message devient confus en raison du fait qu'il provient de sources diverses (économie, finance, comptabilité, sciences humaines, santé, droit, politique, etc.), celui qui écoute (l'électeur) cherchera une information plus facile à comprendre, plus stimulante et plus génératrice de plaisir. Le style vestimentaire et le body langage fournissent à celui-ci cette information. Ces canaux amplifient la compréhension du message oral.

L'électeur se fiche que vous lui fassiez un cours sur l'immobilier, ou sur les finances publiques ou encore sur l'économie. Son problème est réel et non apparent. Ce qui le préoccupe c'est comment avoir du

travail, se nourrir, se déplacer, instruire ses enfants, etc. Il veut savoir si son sort vous préoccupe en tant qu'homme ou femme politique. De toute évidence, vous avez les réponses techniques, mais ce qui importe à l'électeur c'est de savoir que la résolution de son problème est une priorité pour vous. Montrez donc de la connaissance sur les sujets abordés, mais sans un ton trop professoral.

Pour répondre à une question déconcertante posée par un électeur, l'homme politique doit avant tout décomplexer. Éviter d'être catégorique, pour cela il doit réagir en ayant soin de ne pas conclure.

Par ailleurs, l'intervenant (femme ou homme politique) doit comprendre que tous ceux qui l'écoutent n'ont pas une facilité de compréhension de son discours. Il doit donc s'efforcer de dire par son gestuel ce que véhicule son message. Ce qui accroche l'électeur, c'est la sincérité apparente et la tempérance dont fait preuve la femme ou l'homme politique lors de sa prise de parole. Vincent SOULIER dira, c'est la façon dont le corps incarne le message qui séduit celui qui écoute. En politique, ce ne sont pas les mots qui comptent, c'est celui qui les délivre qui est le principal.

Sept techniques pour réussir ses prises de paroles en politiques

Pour finir, voici quelques astuces qu'un homme ou une femme politique pourrait prendre en compte pour réussir ses prises de paroles en public.

- 1- Faire bonne impression dès la première minute qui suit sa prise de parole,
- 2- Sourire naturellement,
- 3- Rester ouvert et positif en utilisant bellement ses mains,

- 4- Lors de la séance de Questions-Réponses, personnalisez vos réponses,
- 5- Créer un lien en appelant les intervenants par leur nom, en recentrant tout le discours sur eux comme principal centre d'intérêt et en s'intéressant réellement à l'auditoire sans aucune intention démagogique,
- 6- Garder la tête haute,
- 7- Faire des gestes de remerciements envers le public. Pour ce dernier point, j'affectionne particulièrement Barack Obama qui aime pointer du doigt avec un large sourire ce qui est une façon sous-jacente de dire : « *c'est grâce à toi et c'est pour toi* ».

Convaincre sans vaincre : une approche de communication univoque chez l'enseignant

L'éducation est un art difficile. Rousseau qualifie cette activité *d'art exigeant* qui appelle à tout faire en ne faisant rien. Justement, on ne s'improvise pas pédagogue ou enseignant, on le devient. On se forme pour l'être. L'enseignement ou l'éducation missionne l'artiste qu'est l'enseignant à conduire sa troupe (les apprenants) hors de l'ignorance. C'est grâce à lui, à ses insomnies, à ses peines sans répit que demain, quelqu'un quelque part saura écrire son prénom et lire son livre préféré.

L'enseignant(e) par sa parole est tenu d'établir une relation asymétrique nécessaire et provisoire visant l'émergence de ses *sujets*. Il (elle) est investi(e) d'une mission tricéphale : faire prendre conscience des limites, développer un sens critique, et inculquer certains savoirs et certaines valeurs. Cette mission s'inscrit ainsi dans un processus de transformation de l'être ; ce qui logiquement induit à des résistances.

Du primaire au supérieur en passant par le secondaire, l'enseignant(e), par sa parole, forge la personnalité du citoyen de demain. C'est l'une des influentes personnes à travers qui, l'enfant qui devient grand plus tard, construit sa personne. Il (elle) participe à la fois activement et passivement à la socialisation de l'enfant. Par sa parole, il(elle) façonne l'enfant, lui donne des connaissances rudimentaires essentielles à sa croissance (intellectuelle, mais aussi spirituelle). Parce que par ses paroles l'enseignant(e) doit instruire l'apprenant, le toucher et le plaire, il lui est fondamental de connaître les subtilités de la communication et de les appliquer.

Chaque niveau de l'enseignement correspond à un niveau donné d'exigence dans la manière de parler. Les paroles de l'enseignant(e)

du primaire contribuent fortement à la formation de la personnalité (civisme, citoyenneté, probité, intellect, etc.) de l'enfant. Il (elle) est la première personne qui impressionne l'enfant. C'est lui (elle), le (la) premier(ière) inconnu(e) qui, l'aborde dans une langue étrangère¹³ en insistant sur la syntaxe des phrases, l'ordre des mots, etc. Il (elle) est pour l'enfant un modèle à suivre. Raison de plus pour lui (elle) de veiller minutieusement sur ce qu'il(elle) dit.

L'apprenant est une pierre que l'enseignant(e) polit par ses paroles. Par ses mots, il(elle) décèle et renforce les qualités de l'apprenant et pareillement il réduit ses défauts. Il (elle) suscite le désir d'apprendre, rend possible l'engagement dans l'inconnu, fournit les ressources permettant l'apprentissage, accompagne l'apprenant pour lui permettre de repérer ses acquis. Cependant, l'enseignant(e) ne peut pas contraindre à agir, il(elle) n'agit pas directement sur la liberté de l'apprenant. En cela, l'enseignant(e) éduque et enseigne par ses paroles, mais c'est l'écolier(ière), l'élève ou l'étudiant(e) qui grandit et apprend. C'est pourquoi, le (la) parfait(e) enseignant(e) doit alterner l'aspect « *bâton* » de la parole pour dissuader de faire et l'aspect « *carotte* » de la parole pour encourager à faire, avec subtilité et souplesse.

La classe, un auditoire particulier

L'auditoire de l'enseignant(e) est sa classe. Au primaire, les individus qui composent l'auditoire sont particuliers. Dominés, intimidés et quelques fois complexés, ils ont besoin d'assurance. Pour réussir à les instruire, par sa communication, l'enseignant(e) doit :

¹³ La plupart des enfants apprennent à parler le français à l'école. La tendance à parler la langue française à la maison au détriment de la langue maternelle n'est que récente dans la culture africaine en occurrence béninoise.

- Connaître chaque apprenant (qualités et défauts, forces et faiblesses) ;
- Être cultivé(e) pour transmettre la curiosité et l'éveil à l'enfant ;
- Savoir changer les registres de langues (familier et courant surtout) pour réussir à instruire ;
- Être rigoureux (se) pour dissuader le mal ;
- Être bienveillant(e) pour encourager le Bien et l'Excellence.

L'exigence en matière de communication augmente d'un échelon aux niveaux secondaire et supérieur. L'auditoire a changé. Il est plus curieux. Même chevronné(e) (comme l'authentifient ses diplômes), l'enseignant(e) qui manque de manière dans sa communication peut se voir traiter d'incompétent(e). Parler peut devenir tout, sauf une partie de plaisir pour les esprits moins préparés. Instruire requiert plus de virtuosité dans la gestion de la communication.

À cet effet, une enquête sur un échantillon de 150 individus (50 élèves du secondaire et 100 étudiants du supérieur) révèle que plus du ¾ soit 78,67 % des enquêtés ont déjà été humiliés par leur enseignant(e) devant leurs camarades. Les uns se sont vus traités « *d'abrutis* » pour avoir posé une question que l'enseignant estime « *naïve* », les autres ont été qualifiés « *d'incapables* » et « *de bons à rien* » parce que n'ayant pas donné la bonne réponse à la question posée par l'enseignant(e). Même si des doutes perceptibles n'existent pas sur les compétences livresques des enseignants, ces statistiques prouvent que tout laisse à désirer sur la manière de transmettre le savoir ou simplement sur la manière de parler à l'élève ou à l'étudiant(e).

Que doit donc faire l'enseignant(e) ?

L'affirmation de soi et la soif d'être apprécié transforment les apprenants. Sous la carapace de personnes timides se cachent des humains qui ont aussi cet ego sacré que l'enseignant doit respecter. Il n'est en cela d'aucune utilité de prouver un à apprenant sa stupidité dans le seul but de l'humilier. Le (la) parfait(e) enseignant(e) ici, pour réussir à instruire ses apprenants, les toucher et les plaire doit étancher honnêtement cette soif sans brimer. Ce n'est qu'alors qu'il(elle) tiendra ses apprenants dans ses mains et ceci dans une gloire pareille à nulle autre.

Deux erreurs à éviter par l'enseignant(e) en situation de communication

- ✓ Se limiter à la lecture des fiches préparées ou se cramponner à réciter un ancien cours telle une prière. Cette attitude donne l'impression que l'enseignant(e) ne maîtrise pas l'objet de sa communication. On ne peut pas enseigner sans communiquer et communiquer c'est échanger. Le message est mieux compris et plus facilement assimilé quand il est porté par le biais d'une conversation. L'échange est sacré pour faire passer le message du haut vers le bas ou du bas vers le haut.
- ✓ Rester immobile ou encore exclure une partie de l'auditoire. Certains enseignants sans le vouloir limitent leur intervention dans des zones spécifiques de leur classe. Ce faisant, ils ne communiquent qu'avec une partie de leur auditoire obligeant *involontairement* l'autre partie de l'auditoire à s'occuper d'elle-même. D'autres enseignants s'enferment dans leur bureau. Ils ne bougent jamais de ce confort créant ainsi une barrière entre eux et leur auditoire et réduisant de la sorte toutes les chances de se faire comprendre dans leur communication. Pour réussir sa mission, il est absolument nécessaire pour l'enseignant(e) de rompre toutes les barrières

réelles ou imaginaires qui pourraient exister entre lui (elle) et son auditoire.

De tous les sens qui existent, le toucher est le plus fort. Ce sens établit un lien fort. Il peut à lui seul inhiber les autres sens. Le toucher sécrète une hormone appelée oxytocine utilisée dans la biochimie pour fabriquer les antidépresseurs et les anxiolytiques. C'est pourquoi une personne que le locuteur touche pendant son élocution est premièrement convaincue même si elle n'entend pas ce qui est dit. Raison de plus pour l'enseignant(e) d'être en contact physique avec son auditoire.

Enfin, l'enseignant(e) qui veut tenir ses apprenants en haleine le long de ses cours magistraux ou pratiques doit respecter cette règle : « *Enseigner sans paraître enseigner. Offrir la science nouvelle comme le rappel d'une chose oubliée.* ». Il (elle) doit par ailleurs honorer à ce principe tacite des approches par compétences : « *Enseigner, c'est rappeler aux autres ce qu'ils savent déjà* ». Lord Chesterfield disait à son fils : « *Sois plus sage que les autres, si tu peux ; mais ne le leur fais point sentir* ».

Conseils vestimentaires

« Le style est la façon dont vous portez vos vêtements et non leur prix. »

Yacouba GBANE

Il n'existe aucun doute sur le fait que le style vestimentaire influence significativement la qualité d'une communication. Le communicateur mal à l'aise dans ses vêtements est facilement enclin à débiter des paroles dénuées de sens et de cohérence ce qui inévitablement, rendra sa communication médiocre et inappropriée. C'est pour pallier ces écarts que nous prodiguons les conseils suivants en vue d'aider à améliorer la qualité des communications dans le volet habillement.

Conseil n° 1 : Des vêtements adaptés à votre morphologie

Chaque corps est unique, il est donc important de savoir ce qui lui va. Il est aussi important de souligner vos atouts et de savoir dissimuler ceux que vous voulez cacher. Il y a toujours une solution vestimentaire adaptée à tous les types de personnes (petits, grands, gros, minces, sveltes, rondes, etc.).

Conseil n° 2 : Des vêtements qui vous ressemblent

Avoir son style, c'est aussi renvoyer une image de vos goûts et de vos passions, alors n'hésitez pas à vous en inspirer quand vous choisissez vos vêtements. Il n'est pas exclu que le look d'un personnage d'une série télévisée, d'une star (Neymar Junior, Chris Brown, James Blond, Beyoncé, etc.) ou d'une personnalité politique (Yayi Boni, Patrice Talon, Nicéphore D. Soglo, Barack Obama, Donald Trump, Manuel Macron, Réckiath Madougou, Marie-Elise Gbedo, etc.), vous corresponde parfaitement. Seulement, tâchez de le reproduire à votre manière avec des touches plus personnelles.

Conseil n° 3 : Ayez une pièce originale

Pour ne pas ressembler à madame ou monsieur Tout-le-Monde, il y a une astuce qui marche à tous les coups : toujours porter au moins une pièce originale. Ajouter une touche personnelle pour avoir un style bien à vous.

Conseil n° 4 : Amusez-vous en portant une pièce vintage

Tout comme le conseil précédent, porter une pièce vintage est une bonne alternative pour trouver votre propre style, surtout si vous aimez une époque bien particulière. Adulateur des années 60, 70 ou 80, n'hésitez pas à adopter des vêtements symboles de ces époques, par exemple une banane, un béret (chapeau) ou même un jean.

Conseil n° 5 : N'en faites pas trop

Avoir son style ne veut pas dire en faire trop, au risque de paraître, parfois, déguisé. Il faut savoir doser. Quand vous portez des pièces simples, essayez d'y ajouter un détail qui vous ressemble.

Conseil n° 6 : Soyez à l'aise dans vos baskets

Pour trouver votre style, il faut que vos vêtements vous correspondent, mais surtout qu'ils vous conviennent. Si vous n'êtes pas à l'aise dans vos vêtements, cela se verra tout de suite. Si vous êtes une habituée des baskets, vous n'êtes pas obligée de porter des talons hauts. En bref, soyez vous-même !

Conseil n° 7 : Soyez au courant des nouveautés et les apprivoiser

La mode est un éternel renouvellement (et recommencement). Pour avoir votre propre style, il faut parfois le renouveler et le travailler. Pour cela, tenez-vous au courant des nouveautés et des dernières tendances. Ensuite, choisissez celles qui vous vont bien.

Conseil n° 8 : Adaptez votre style aux situations

Votre style peut varier selon votre humeur, le temps, la situation et c'est bien normal. Vous êtes une personne avec plusieurs passions, plusieurs facettes et cela se ressent dans votre style. Il est donc important de l'adapter à votre vie de tous les jours et aux événements qui la composent comme aller au bureau, se rendre à un entretien d'embauche. En bref, il vous faut choisir des pièces qui vous ressemblent et qui seront appropriées à tous vos types d'activités.

Conseil n° 9 : Habillez-vous pour vous

C'est peut-être l'un des conseils les plus importants. Avoir votre style, c'est s'habiller pour vous et pour vous seul(e). Eh oui, vous n'avez pas besoin de porter cette combinaison tendance parce qu'une copine ou un ami vous l'a conseillé.

Conseil n° 10 : Tentez et essayez

Quand on cherche encore son style, l'erreur et le doute sont possibles. Pour cela il faut tester, tenter et essayer. Ce n'est pas la peine d'investir dans cet original sac de luxe, si vous n'êtes pas sûr(e) de l'assumer. Une fois que vous serez sûre de votre style bien à vous, vous pourrez mettre le budget pour vous offrir vos nouveaux basiques.

Réussir sa soutenance

Le moment de la soutenance est un moment troublant en raison de sa solennité. Pour réussir cette période de stress avec succès, il importe, en plus de faire preuve de discipline et d'organisation dans la présentation, de s'en tenir à certains actes de bon sens.

1. Sacrifier aux attitudes relevant de la politesse la plus élémentaire.

Il s'agit :

- ✓ Se vêtir correctement. Je ne le dirai jamais assez, l'habillement est un élément fondamental dans l'art de persuasion. Bien s'habiller, c'est montrer du respect pour le jury d'évaluation de votre travail.
- ✓ Attendre que le président du jury vous invite à s'asseoir avant de s'asseoir,
- ✓ Saluer les membres du jury dès qualités.

Dans la mesure des possibilités, il faut se renseigner sur la composition du jury pour mieux adapter vos réponses en fonction des spécialités de chacun.

2. La présentation proprement dite

La présentation du résumé du mémoire ou de la thèse ne doit pas excéder une dizaine de minutes puisque le jury est censé avoir lu les

travaux. Il est préférable que cette présentation soit faite en station debout et sans la moindre note.

L'emploi de nouvelles technologies n'a, à cet égard, rien de critiquable [16]. À cet effet, s'il urge pour vous d'utiliser une présentation PowerPoint, il faut impérativement connaître et appliquer les règles de conception de PowerPoint. À cet effet, le PowerPoint est la synthèse imagée de votre présentation. S'il doit être accompagné de mots, veillez au maximum à leur concision et leur précision. La délicatesse dans le choix des mots caractérise les personnes de bon ton et de bonne compagnie.

Matthieu Lagrande [17] propose 10 règles pour réussir une présentation PowerPoint.

- ✓ Une idée par slide, six points par slide au maximum et six mots par point, la règle des 10/20/30 qui signifie : dix slides au maximum présentés en 20 minutes au plus, le reste du temps étant réservé aux questions-réponses et l'utilisation des polices de taille 30,
- ✓ Créer et organiser un plan,
- ✓ Rester cohérent aussi bien sur la forme que sur le fonds. Il faut pour cela uniformiser la police d'une slide à une autre et se relire pour corriger les incohérences de fonds,
- ✓ Modérer ses animations,
- ✓ Respecter la charte graphique (les couleurs, les formes, les polices, etc.),
- ✓ Être inventif,
- ✓ Utiliser des ressources (images illustratives, graphiques statistiques, SmartArt, schéma, etc.),
- ✓ Citer ses sources (références bibliographiques), cela vous crédibilise auprès de votre auditoire. Vous pouvez juste citer vos sources en parlant, pas forcément sur la présentation,

- ✓ Bien se préparer. Il est question ici de connaître son sujet.
Pas d'approximations dans vos propos,
- ✓ Rester humble, mais confiant. Pour cela, il faut connaître son sujet et assumer les choix (formes et fonds) de votre présentation.

Il convient d'utiliser des diapositives qui auront un fonds adapté à l'éclairage de la salle pour ne pas agresser la vue de l'auditoire. Le fonds sobre est mieux recommandé à ce propos.

Attention ! Avant de projeter votre PowerPoint, assurez-vous que votre ordinateur portable n'ait pas un fond d'écran compromettant. Certaines personnes ont dans leur ordinateur portable, des images choquantes (par leur caractère obscène ou agressif). À la suite des mauvaises manipulations, ces images transparaissent comme fonds d'écran. Lors de la présentation, le fond d'écran étant automatiquement présenté, il s'avère capital de s'assurer de la qualité de cette image. Le mauvais fond d'écran (*projété par erreur*) est un fait assez anodin qui, toutefois, peut s'avérer préjudiciable à la bonne continuité de votre présentation.

3. La séance des Questions-Réponses

Après la présentation orale, il est fréquent que le jury fasse des critiques constructivistes sur la production (mémoire ou thèse) de l'étudiant ou du thésard. Pendant cette phase, il est impératif pour l'étudiant ou le thésard de s'abstenir de couper la parole à un membre du jury. Lorsque vous avez à répondre à une question qui vous est posée, gardez à l'esprit que des réponses brèves, concises et sans détour seront appréciées. Il ne sert à rien de tenter de leurrer le jury. C'est même contre-productif, dans la mesure où il est essentiellement composé de spécialistes de la question. Privilégier la clarté, la pugnacité et la maîtrise de soi ne peut qu'impressionner

favorablement. De même, avouer une ignorance vaut mieux que de s'empêtrer dans une explication oiseuse [16]. Enfin, remercier le jury avant qu'il ne se retire pour délibérer relève d'une courtoisie primaire.

Que ce soit pour une communication, un entretien d'embauche ou une soutenance, pour persuader votre vis-à-vis, il est important d'appliquer la technique « Regard-Sourire ». Regardez votre interlocuteur (auditoire, jury, etc.) et souriez. Ne fuyez pas son regard. Au-delà même de regarder bienveillamment votre interlocuteur, souriez avant même de commencer et gardez cet état d'esprit le long de votre présentation ou communication. « Votre sourire est le messager de votre bonne volonté. Il réchauffe le cœur de qui le reçoit. Pour celui qui, toute la journée, n'a côtoyé que des gens au visage fermé et renfrogné, un sourire est un rayon de soleil. Un sourire ne coûte rien, mais il crée beaucoup d'impacts positifs. Il enrichit celui qui le reçoit sans appauvrir celui qui le donne. Il ne dure qu'un instant, mais son souvenir peut durer toute une vie. Personne n'est riche au point de pouvoir s'en passer. Un sourire coûte moins cher que l'électricité, mais donne autant de lumière. »[18]. Lorsque vous souriez à une personne, vous l'obligez inconsciemment à se mettre dans une disposition favorable avec vous et tout ce que vous diriez.

L'art de la persuasion est dynamique. Il impose souvent que le communicateur sorte de son confort considéré à tort ou à raison comme « référentiel » pour s'adapter à son interlocuteur. Il s'agit de dupliquer la communication verbale et non verbale de l'interlocuteur. Adoptez le débit voix, le tempérament, la gestuelle, le registre de langue, etc. de votre interlocuteur.

Nous finirons ce livre en précisant une maxime phare que doit s'approprier tout communicateur : « *Les gens oublieront ce que*

vous avez dit et fait, mais ils se rappelleront toujours ce que vous leur avez fait ressentir. ». Pour instruire, toucher ou plaire, vous devez frapper l'imagination de vos interlocuteurs. Une communication ou une présentation cartésienne qui ne touche pas l'affect, reste rarement longtemps dans les esprits.

Conclusion

Les mots sont comme des pistolets chargés. Ils peuvent dissuader le mal comme l'encourager. Une fois qu'ils sortent, **L**on ne peut les rattraper. Savoir les manier n'est plus une option, c'est désormais une nécessité. Pour que la société fonctionne bien, tout le monde ne devrait pas avoir la liberté de parler. Parler en public n'est pas une liberté qu'on se donne à cœur joie. C'est le privilège reconnu aux nobles, aux sages et aux personnes de grande notoriété.

Pour traduire le caractère sacré de la Parole et l'étendue de la sagesse des gens ayant l'art de bien parler, Confucius disait à ses disciples qu'il faut se garder de trois fautes : la première c'est de parler sans y être invité ce qui serait de l'impertinence ; la deuxième c'est de ne pas parler quand on y est invité, ce qui serait de la dissimulation et la troisième faute est de parler sans observer les réactions de l'autre, ce qui est de l'aveuglement.

En somme, savoir communiquer est un art, une science dont les secrets et les règles, jusque-là n'étaient connus que des privilégiés et des aristocrates. C'est un processus itératif laborieux et exigeant. L'approximation est fatale, les détails et les signes lus comptent autant que le contenu du message que l'on a préparé. La connaissance de soi (gestuels, habillement, voix, etc.) autant que la connaissance des autres et de l'environnement est déterminante pour réussir sa communication.

Vous êtes désormais de la catégorie de ces nobles si vous avez lu et suivi avec discernement les conseils et astuces fournis par ce livre. Toutefois, une chose demeure imperturbable : **la perfection est dans la routine. ALORS, ESSAYEZ, ESSAYEZ ET RÉESSAYEZ.** Au-delà de cette routine qui fera émerger en vous les aptitudes de l'orateur hors pair, gardez surtout en esprit qu'être éloquent relève de la sagesse et de la grandeur. Et que savoir parler c'est bien, mais savoir écouter c'est encore mieux.

Références bibliographiques

- [1] L. Segond, *La Sainte Bible traduite d'après les textes originaux hébreu et grec*, Alliance B..
- [2] Y. Gervais, « Comprendre la base de la communication non verbale », in *Silence ! Moteur ! Action ! INITIATION AU CINÉMA pour le primaire*, 2015, p. 1-50.
- [3] A. Doriac et G. Dujarric, *Toasts, allocutions et discours modèles*. ALBIN MICHEL, 1957.
- [4] N. Bibila, « La mode vestimentaire féminine à Brazzaville dans le contexte de la révolution des TIC : entre innovation et imitation entrepreneuriales », 2009.
- [5] C. Terrier, « Qu'est-ce que la communication non-verbale ? », 2013.
- [6] J. McMurtry, « Changez la couleur, changez l'attitude : la couleur influence l'action des consommateurs », *Postes Canada. Solutions de marketing*, p. 28, 2015.
- [7] G. Roldàn, « La couleur des sens », Quiquandqu., Quiquandquoi, Éd. 2005.
- [8] R. Alexandre, « La place du collectif dans le corps : La communication malgré soi », in *L'uniforme*, 2011, p. 26-67.
- [9] Lifestyle Conseil, « S'habiller pour tous », 2010.
- [10] T. Destrez et P. Janiaux, *Demain, je parle en public*, Dunod. Par. Paris, 2007.
- [11] Agent Majeur, « Improviser dans un cadre professionnel », 2016, p. 1-5.

- [12] JeffCommunication, Comment commencer votre discours (3 excellentes ouvertures). 2012.
- [13] J. Saladin, « Travailler l'élocution », in *La prise de parole pas-à-pas*, Vuibert., Vuibert, Éd. 2015, p. 51-57.
- [14] J. Meurice, « Le dogme, cancer de l'Eglise catholique ». p. 1-5, 2016.
- [15] V. Soulier, « Efficacité personnelle : Réussir en politique ». 2014.
- [16] M. Haddar, Méthodologie de la recherche doctorale en économie. 2010.
- [17] M. Lagrande, 10 Clés pour Réussir une Présentation PowerPoint. 2014.
- [18] J. GNAMMOU, Eveillez le champion qui est en vous..... pour amorcer votre réussite. Cotonou : Juillet 2018, 2018.
- [19] D. Neirynck, Tout savoir sur la communication orale, Éditions d. 2003.

Table des matières

Sommaire	2
Préface.....	5
Introduction.....	6
Introduction.....	6
Pourquoi ai-je écrit ce livre ?	7
Remarques sur les terminologies utilisées dans le livre	9
Conseils pour une lecture utile du livre.....	9
Partie 1 ^{ère} : L'éloquence : une exigence professionnelle aux multiples facettes	11
Partie 1 ^{ère} : L'éloquence : une exigence professionnelle aux multiples facettes	11
Qu'est-ce que l'éloquence ?	12
Les facettes de l'éloquence	12
Droit de parler, devoir de se taire !	14
La parole, plus qu'un besoin, un droit !	14
Écouter : une décision, un apprentissage, un art qui rapproche de l'inconnu.....	16
Partie 2 : Les règles de base pour une communication non verbale attirante	19
L'environnement comme canal de communication	21
Règle n° 1 : Gérez judicieusement le temps et l'espace.....	21
La voix : le contenu d'accord, mais le contenant d'abord.....	24
Règle n° 2 : Votre voix détermine la pertinence de votre discours.....	25
Règle n° 3 : De l'utilisation de votre voix	28
Silence : votre regard, votre posture et votre physique parlent pour ou contre vous !	29

Règle n° 4 : Ne pas négliger l'aspect physique de votre présentation	30
La signification cachée des couleurs en communication visuelle.....	32
Bon à savoir sur la couleur des cravates	37
Astuces pour réussir la combinaison des couleurs des vêtements	39
Recommandations sur le port des vêtements traditionnels	40
Les accessoires aux vêtements	41
Le chapeau	41
Les tatouages	41
Les bijoux et les maquillages	42
La coiffure	42
Le parfum.....	43
Règle n° 5 : Doit-on parler assis ou debout ?	44
Conseils pour se mettre à l'aise debout ou assis [10]	45
Règle n° 6 : Coordonnez vos gestes à la posture de votre corps	47
Comprendre certaines gestuelles et postures.....	47
La gestuelle des paumes	48
La gestuelle des mains	49
Les positions des pieds.....	53
Règle n° 7 : Embrassez le public du regard	56
Partie 3 : Les secrets d'une excellente prestation orale.....	58
Règles avant la prise de parole	59
Règle n° 8 : Utilisez la peur et le trac en votre faveur	59
Règle n° 9 : Anticipez les conditions de l'intervention.....	62
Règle n° 10 : Cernez bien les attentes du public.....	63
Règle n° 11 : N'improvisez pas, préparez plutôt votre intervention.....	65

Astuces pour bien se préparer.....	66
Quid des interventions impromptues ?	66
Règle n° 12 : Testez votre discours	69
Pièges à éviter avant ou pendant la présentation.....	70
Règles pendant la communication verbale.....	72
Règle n° 13 : Sachez bien gérer vos vade-mecum (mémento).....	73
Règle n° 14 : Veillez à la cohérence du discours	75
Règle n° 15 : Rendez votre intervention parlante.....	76
Règle n° 16 : Soyez immédiatement percutant.....	78
Règle n° 17 : Soyez l'homme ou la femme de la situation	80
Outils et astuces de persuasion	81
Règle n° 18 : Ne jouez pas un rôle.....	82
Règle n° 19 : Ponctuez votre communication	83
Règle n° 20 : Acceptez vos émotions	85
Règle n° 21 : Séduisez votre auditoire	86
Règles à observer à la fin de l'élocution.....	88
Règle n° 22 : Sachez gérer les questions	89
Règle n° 23 : Se recueillir une fois le discours terminé.	91
Règle n° 24 : Soyez dans une dynamique de perfectionnement	92
Partie 4 : Analyse du mode de communication chez les leaders religieux, les hommes/femmes politiques et les enseignants.....	94
La communication chez le leader religieux : une évolution au rythme des mentalités ?	96
Religion versus Spiritualité : les dogmes vont-ils triompher de la raison ?	96
Quels enseignements pour un peuple « rationnel » ?	98
Sens et portée de la communication en politique.....	101
La communication non verbale : un indice expressif de crédibilité en politique.....	101

Sept techniques pour réussir ses prises de paroles en politiques	102
Convaincre sans vaincre : une approche de communication univoque chez l'enseignant.....	104
La classe, un auditoire particulier	105
Deux erreurs à éviter par l'enseignant(e) en situation de communication	107
Conseils vestimentaires.....	109
Conseil n° 1 : Des vêtements adaptés à votre morphologie.....	109
Conseil n° 2 : Des vêtements qui vous ressemblent.....	110
Conseil n° 3 : Ayez une pièce originale.....	110
Conseil n° 4 : Amusez-vous en portant une pièce vintage	110
Conseil n° 5 : N'en faites pas trop	111
Conseil n° 6 : Soyez à l'aise dans vos baskets	111
Conseil n° 7 : Soyez au courant des nouveautés et les apprivoiser	111
Conseil n° 8 : Adaptez votre style aux situations	111
Conseil n° 9 : Habillez-vous pour vous	112
Conseil n° 10 : Tentez et essayez.....	112
Réussir sa soutenance	113
Réussir sa soutenance	113
1. Sacrifier aux attitudes relevant de la politesse la plus élémentaire.....	113
2. La présentation proprement dite.....	113
3. La séance des Questions-Réponses.....	115
Conclusion	118
Conclusion	118
Références bibliographiques	120
Table des matières	122
Remerciements	126

Remerciements

Je m'en voudrais de ne pas congratuler des personnes sans lesquelles cet opuscule n'aurait pu voir le jour. Primo, je remercie sincèrement le Préfacier, *Dr N'koué Emmanuel SAMBIENI* qui en véritable Mentor et Guide n'a cessé de m'encourager et de me relire en dépit de ses multiples occupations. Secundo, j'associe à ces remerciements mon Professeur *Prof. Eloge OGOUWALE* pour son soutien indéfectible, au Coach *Jean-Christ AMOUSSOU* pour sa relecture et ses encouragements, à toute la coordination des CLIVEN, au CVERI-UAC et à tous mes amis volontaires pour leurs accompagnements de tout genre.

Tertio, mes gratitude vont à l'endroit de tous mes correcteurs et relecteurs : Clément KPERA, Abd Rahamane CHABI SOUBO, Adeline N'KOUEI N'TANGOU, Botté François GNAMMOU, Joseph GNAMMOU, Lazard T. IDAH, Clément ATCHADE, Raoul M. IWAKA, Assoumanou AKAKPO et Asaphie P. N. N'TANGOU, recevez ici mes sincères remerciements pour vos relectures, corrections et encouragements.

À toutes les personnes proches et lointaines qui m'ont encouragé et soutenu, je vous dis un sincère Merci.

Rendez-vous au sommet !

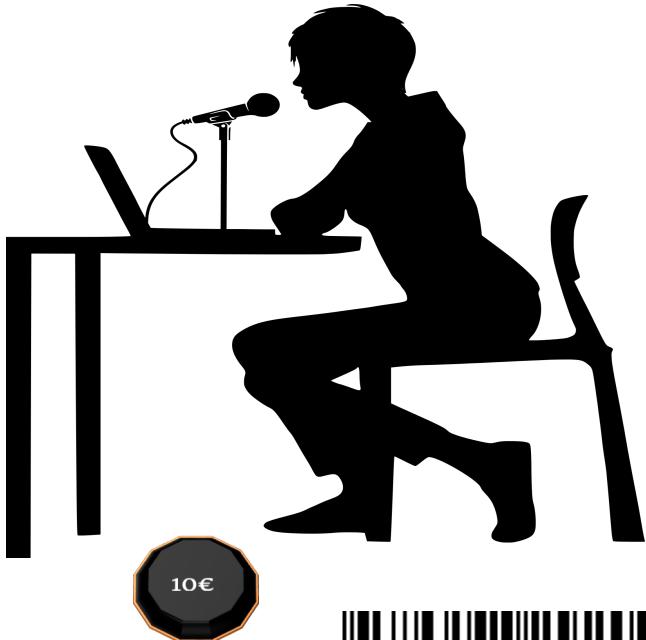


Contacts de l'auteur :

+229 67 58 48 78

jacobgnammou@gmail.com

Cadre de l'administration publique béninoise où il occupe à ce jour les fonctions d'Administrateur des services financiers, Jacob GNAMMOU est titulaire d'un diplôme du cycle 2 de l'École Nationale d'Administration (ENA) du Bénin et d'une Licence obtenue à la Faculté des Sciences économiques et de Gestion de l'Université d'Abomey-Calavi - Spécialité Analyse des politiques de développement. Journaliste et Communicateur sur les thématiques de développement personnel, de leadership et de l'intelligence entrepreneuriale, Jacob est cofondateur depuis 2018 du Réseau des Jeunes pour l'Éducation, l'Entrepreneuriat et le Développement (RéJEED).



Imprimerie "No Limit Team", Dépôt Légal N°12509 du 12/10/2020, 4^{ème} trimestre. Bibliothèque nationale du Bénin.

