

Charles Haroche

# Convaincre en 5 minutes par jour



**FIRST**  
ÉDITIONS

# **Convaincre en 5 minutes par jour**

Charles Haroche

**FIRST**  
ÉDITIONS

© Éditions First, un département d'Édi8, 2020

« Cette œuvre est protégée par le droit d'auteur et strictement réservée à l'usage privé du client. Toute reproduction ou diffusion au profit de tiers, à titre gratuit ou onéreux, de tout ou partie de cette œuvre, est strictement interdite et constitue une contrefaçon prévue par les articles L 335-2 et suivants du Code de la Propriété Intellectuelle. L'éditeur se réserve le droit de poursuivre toute atteinte à ses droits de propriété intellectuelle devant les juridictions civiles ou pénales. »

ISBN : 978-2-412-05381-2

ISBN numérique : 978-2-412-05685-1

Dépôt légal : janvier 2020

Correction : Anne-Lise Martin

Mise en page et couverture : Sophie Boscardin

Éditions First, un département d'Édi8

12, avenue d'Italie

75 013 Paris

Tél. 01 44 16 09 00

Fax 01 44 16 09 01

E-mail : [firstinfo@efirst.com](mailto:firstinfo@efirst.com)

Site Internet : [www.editionsfirst.fr](http://www.editionsfirst.fr)

*Ce document numérique a été réalisé par Nord Compo.*

# Introduction

Pour beaucoup d'entre nous, la prise de parole provoque une appréhension particulière. C'est la peur de ne pas trouver le mot juste, la bonne tournure de phrase, mais aussi la peur du regard des autres. Et pourtant... les mots sont des armes qui peuvent nous permettre de conquérir le cœur d'un public et de convaincre n'importe qui. Ils peuvent même nous galvaniser et nous donner confiance en nous-mêmes.

Ce livre a pour mission de vous ouvrir à la rhétorique, à l'art oratoire et au monde de l'éloquence. Mais il doit également vous permettre de travailler ou de consolider vos atouts, afin de préparer une prise de parole convaincante.

Étudier l'art oratoire, c'est comprendre le pouvoir mystérieux et presque magique qui se cache derrière la parole. En effet, comment des mots, prononcés avec la bonne intonation et avec l'émotion juste, peuvent-ils (parfois) nous ébranler dans nos convictions profondes au point de nous faire changer d'avis ?

À travers l'étude de la rhétorique illustrée d'exemples dans des leçons qui ne vous prendront pas plus de 5 minutes par jour, vous apprendrez toutes les techniques qui vous permettront, à votre tour, de briller à l'oral.

# 1

## Petite introduction à la rhétorique

Lorsqu'on prend la parole, c'est pour atteindre un objectif. Celui qui veut convaincre a toujours un dessein en tête : l'homme politique cherche à obtenir votre vote, l'avocat veut obtenir la libération de son client et le vendeur cherche à vous faire acheter un produit plutôt qu'un autre.

Comment réussir à convaincre par la parole ? En faisant preuve d'éloquence. Et les codes de l'éloquence portent un nom : la rhétorique.

### ■ Des codes qui nous viennent de l'Antiquité

À partir du <sup>v</sup>e siècle avant Jésus-Christ, les philosophes, avocats et praticiens grecs et romains se sont intéressés au pouvoir de la parole. La rhétorique, c'est tout simplement l'art de la persuasion.

### ■ Réfléchir au sens de sa prise de parole

Pour les rhétoriciens, chaque prise de parole obéit à ses propres codes. Avant même de réfléchir à une argumentation, il convient de vous poser trois questions qui vont définir votre relation avec votre public :

- Quel est mon rôle ?
- Qui est mon auditoire ?
- Quel est l'objectif de mon discours ?

Nous étudierons dans ce livre comment, à partir de ces questions simples, vous pouvez préparer un discours convaincant.

## ■ Comment préparer une intervention ?

La rhétorique, c'est apprendre à mettre le fond d'un discours (la qualité des arguments, du raisonnement) mais aussi la forme d'un discours (la structure, le style, la gestuelle, la voix...) au service de la conviction.

Avant de préparer un discours, vous allez devoir vous poser les questions suivantes :

- Qu'est-ce que je vais dire ?
- Comment vais-je le dire ?
- Et dans quel ordre ?

## 2

# Les trois axes de la conviction : le logos, le pathos et l'ethos

Comment parvenir à convaincre quelqu'un de prendre la bonne décision ? Lorsqu'on y réfléchit, nous n'opérons pas nos choix sur la seule base de considérations statistiques, pas plus que nous ne nous laissons emporter uniquement par nos sentiments et notre intuition. Il arrive que nous réfléchissions avec notre tête et que, parfois, nous agissions avec notre cœur. C'est sur ce constat que les rhétoriciens ont défini les trois axes de persuasion.

### ■ Le cœur et la raison

Pour Aristote, on ne peut parvenir à convaincre pleinement que si l'on touche à la fois le cœur et l'intelligence de son auditoire, tout en apportant des gages de crédibilité. Les ressorts en appelant à ces trois biais portent un nom :

- Le *logos* est la faculté d'utiliser des arguments de raison pour convaincre.
- Le *pathos* est la faculté d'user des passions pour persuader.
- L'*ethos* est la crédibilité de l'orateur.

### ■ Trois piliers indissociables

Pour convaincre, il faut savoir jouer sur les trois tableaux. Pour faire simple :

- On ne peut faire un discours avec uniquement des arguments rationnels.
- On ne peut faire un discours avec uniquement du *pathos*.
- On ne peut rien faire sans l'*ethos*.

## ■ Du fond, mais aussi de la forme

Pour montrer que vous êtes ému, ou pour prouver votre crédibilité, vous ne pouvez pas compter sur la seule force de votre propos. Cela passe également par un travail sur la forme : pour convaincre, vous devez incarner votre prise de parole. Vous devez, par votre voix et vos gestes, faire apparaître votre colère ou votre joie, votre enthousiasme ou votre déception, votre compétence et votre détermination.



## 3

# Le logos : l'appel à la raison

Pour convaincre, la première carte à jouer consiste à faire fonctionner vos méninges : c'est l'appel à la logique et à la science, soutenues par l'utilisation des preuves matérielles. Le tout doit être articulé autour d'un raisonnement rigoureux.

## ■ Les grandes catégories de raisonnement

- **Le raisonnement inductif** : partir d'observations particulières pour aboutir à une conclusion de portée générale.  
Exemple : « *Le soir, nos enfants sont fatigués et incapables de travailler correctement. C'est la preuve que les programmes scolaires sont surchargés.* »
- **Le raisonnement déductif** : partir d'une idée générale pour aboutir à une conclusion ou pour formuler des propositions.  
Exemple : « *Pour une jeunesse épanouie il faut une école forte. C'est la raison pour laquelle il faut augmenter le budget de l'éducation.* »
- **Le raisonnement par analogie** : procéder à une comparaison pour aboutir à une conclusion.  
Exemple : « *En Allemagne, les cours durent 45 minutes, contre 60 minutes en France. Nos voisins obtiennent de meilleurs résultats. Il faut adapter nos rythmes.* »
- **Le raisonnement par l'absurde** : envisager les conséquences d'une situation pour mieux combattre la thèse adverse.

Exemple : « *Comment peut-on réussir à faire mieux, avec moins de moyens ?* »

- **Le raisonnement par la dialectique** : mettre en balance les arguments favorables et défavorables d'une thèse.

Exemple : « *Certains disent qu'il faut plus de moyens pour l'école. Mais personne ne veut une hausse des impôts. De mon point de vue, les objectifs ne sont pas incompatibles. Il suffit de redistribuer plus efficacement les sommes à l'éducation.* »

## 4

# Le pathos : le jeu sur les sentiments

Pour Aristote, « *les passions sont les causes qui font varier les hommes dans leurs jugements* ». Pour convaincre, il faut être un peu plus qu'un simple as de la démonstration. Vous devez jouer sur les sentiments pour susciter l'adhésion. C'est ce que l'on appelle le *pathos*.

### ■ Un travail sur le fond

Pour jouer sur les émotions qui traversent votre interlocuteur, vous pouvez faire appel à des *arguments émotionnels*. Il peut s'agir de sentiments positifs (la fierté, la compassion, l'empathie, la pitié) ou négatifs (l'orgueil, la peur, la crainte ou la haine).

Exemple : « *Si vous remportez ce match, vous aurez le sentiment d'avoir accompli votre devoir.* »

### ■ Les arguments de valeur

Vous pouvez également combattre une décision (même lorsque celle-ci semble la plus logique) en faisant appel à des valeurs communes ou à l'utilité publique.

Exemple : « *Voter n'est pas un simple droit, c'est aussi un devoir pour lequel nos aînés se sont battus.* »

Les arguments de valeur sont utiles pour rassembler votre public derrière votre opinion. Le regroupement autour de valeurs communes permet en effet de créer un lien de sympathie avec le public.

## ■ Un travail sur la forme

Jouer sur les sentiments nécessite de jouer sur le style et la beauté de la langue. L'évocation, c'est le pouvoir de faire « apparaître des images » à votre auditoire.

Mais pour transmettre une émotion sincère, les mots ne suffisent pas. Le *pathos*, c'est aussi l'art d'allier le geste à la parole. La posture, la voix et le regard sont essentiels pour toucher le public !

## 5

# L'ethos : construire sa crédibilité d'orateur

En prenant la parole, vous devez prouver à votre public que l'on peut – littéralement – vous croire sur parole. *L'ethos*, c'est l'image que vous donnez de vous-même à travers votre discours.

### ■ Choisir les arguments justes

Votre crédibilité va provenir d'un certain nombre de marqueurs. L'angle que vous allez choisir dit quelque chose de votre personnalité.

Exemple :

- Si vous défendez l'interdiction de fumer au motif que « *la cigarette est dangereuse pour la santé* », vous montrez que vous êtes avant tout attaché à la vie humaine.
- Si vous défendez l'interdiction de fumer au motif que « *la cigarette coûte cher au consommateur comme au contribuable* », vous vous affichez comme un individu rationnel prenant également en compte les considérations financières.

### ■ Rester cohérent

Comment inspirer confiance ? Aristote émettait l'idée selon laquelle trois raisons poussaient l'auditoire à croire un orateur : sa prudence, sa vertu et enfin, sa bienveillance. À partir de là, quelques règles de base sont à respecter :

- **Respectez les faits** : inutile de mentir ou de chercher à tordre la réalité à outrance.
- **Ne vous contredisez pas** : vérifiez que l'un de vos arguments ne contredit pas l'autre, et qu'il n'est pas en contradiction avec une prise de parole passée.

## ■ Les signes extérieurs de la crédibilité

Comme dans le *pathos*, le ton de votre voix, votre débit de la parole, votre regard et vos gestes sont également regardés comme des signes extérieurs de la confiance que vous allez inspirer. Exemple : si vous tenez un discours de motivation, mais que vous regardez vos chaussures, vous risquez de vous montrer peu convaincant !

## 6

# L'importance du non-verbal

La prise de parole en public ne se résume pas à un simple exercice d'argumentation ou de structuration de la pensée. L'orateur doit aussi incarner son discours.

C'est d'ailleurs ce qui rend l'expérience de la prise de parole déstabilisante : quand on parle, on s'expose au regard du public. Or, votre corps parle pour vous, il peut trahir votre stress comme il peut renforcer votre détermination.

## ■ Mettre le corps en action

Cicéron appelait cette partie de la rhétorique « *l'action* » (ou *actio* en latin), c'est-à-dire « *l'éloquence du corps* ». L'orateur doit transmettre une image qui est en accord parfait avec le fond de son discours.

Le psychologue américain Albert Mehrabian a démontré que dans l'*appréciation globale* d'un discours, la transmission du message passait :

- à 55 % par le canal non verbal (expression du visage et du corps) ;
- à 38 % par la communication vocale (intonations de la voix) ;
- et seulement à 7 % par les mots employés (le fond du discours).

## ■ Quelle place pour le non-verbal ?

De ces études, il ressort que vous devez adopter la posture, la gestuelle et la voix qui vont être en adéquation parfaite avec le fond de votre discours.

Lorsque vous allez préparer votre intervention, vous devez être attentif à la manière dont votre public va recevoir votre discours. Plusieurs paramètres vont entrer en compte pour gérer votre image :

- Quelle est ma posture (assise, debout) ?
- D'où est-ce que je parle ?
- Comment est-ce que j'utilise ma voix ?
- Quelle gestuelle adopter ?
- Comment utiliser mon regard ?

Prendre conscience de cette gestion du corps va vous aider à éliminer vos gestes parasites.



# 7

## Gérer son stress

Avoir le trac avant de prendre la parole est parfaitement normal. Cette appréhension instinctive est tout à fait naturelle : pour reprendre une formule célèbre du théâtre, « *le trac, ça vient avec le talent* ». Maintenant dites-vous bien qu'il est possible de transformer le trac en une énergie positive qui vous aidera à mieux gérer votre corps, votre voix et votre regard.

### ■ En faire une énergie positive

Tout d'abord, acceptez cette part d'appréhension. Dites-vous bien que cette petite peur ne vous quittera peut-être jamais avant une prise de parole, et c'est sans doute mieux ainsi. Elle vous prépare à affronter le public.

Rappelez-vous qu'à partir du moment où vous décidez de prendre la parole, vous êtes légitime. Évacuez donc tout « syndrome de l'imposteur » qui vous amènerait à penser que vous n'êtes pas suffisamment légitime pour vous exprimer.

### ■ Visualisation

Comme au théâtre, répéter avant une intervention est une bonne méthode pour gérer l'anxiété. Un autre exercice très efficace consiste à faire un travail de visualisation de votre prestation. Imaginez-vous face à votre auditoire, comme le ferait un sportif avant un match.

## ■ Attention à votre langage corporel

Puisque parler, c'est aussi être vu, n'oubliez pas que le public prendra en considération le langage corporel que vous adoptez avant et après le discours. Si vous arrivez sur scène la tête dans les épaules et le regard vers le sol, l'auditoire va avoir un a priori négatif sur la suite du discours. De la même manière, si vous terminez un discours par une moue dubitative, vous risquez fortement de donner l'impression que vous ne croyez pas à ce que vous venez de dire.

## 8

# Adopter la bonne posture

Vous trouverez ici des conseils concrets pour renforcer votre stature afin de vous donner plus d'assurance dans votre prise de parole.

### ■ Parler debout

Si vous faites le choix de parler debout, le premier conseil est de trouver un ancrage au sol pour limiter les mouvements qui risquent de parasiter votre discours (balancement des jambes, croisement des bras, pieds qui avancent...).

Pour parler en public, debout face à l'auditoire :

- Tenez-vous droit en plaçant vos épaules légèrement vers l'arrière, cette position vous permettant de faire circuler efficacement l'air dans votre corps.
- Évitez surtout de vous recroqueviller.
- Écartez légèrement les pieds : avec les deux pieds bien ancrés au sol, essayez de visualiser et de « sentir » le poids de votre corps sur vos jambes.

Si vous décidez de marcher (selon les usages du lieu où vous vous exprimez), il est important de contrôler vos mouvements. N'hésitez pas à vous arrêter lorsque vous délivrez votre message le plus important. Bien sûr, ne tournez jamais le dos à votre auditoire (cela donne une très mauvaise image).

### ■ Parler assis

De nombreuses prises de parole se déroulent en position assise (entretien, réunion de travail, négociation...).

Pour mieux respirer, il faut privilégier une posture qui vous permet de vous tenir droit sur le siège :

- Asseyez-vous dans le premier tiers de votre chaise : cela vous permet d'être le mieux positionné possible vers la table.
- Gardez les jambes détendues (évitiez les croisements des jambes qui vont dégrader votre posture).
- Laissez vos bras exprimer une gestuelle naturelle.

## 9

# La gestuelle

Pour une prise de parole convaincante, il faut choisir et non subir sa gestuelle ! Les mouvements de vos bras et de vos mains font partie intégrante de votre expression corporelle. Pour vous en rendre compte, faites un simple exercice : visionnez un discours sans le son. Vous pouvez analyser le sens des gestes utilisés et le message véhiculé (détermination, autorité, manque de confiance...).

### ■ Être en accord avec le fond

Bien entendu, il n'existe pas de « gestuelle idéale » clé en main pour un orateur. La bonne gestuelle est celle qui est parfaitement adaptée au message qui doit être transmis (que ce soit de manière consciente ou non).

S'il faut animer son discours, il ne faut pas non plus tomber dans l'excès et la caricature (par exemple : les fameux « effets de manche » de l'avocat).

### ■ Faire simple

En premier lieu, vous pouvez profiter de votre ancrage au sol pour déployer votre gestuelle.

Puisque c'est le haut du corps qui participe à la transmission du message, partez des épaules pour « décoller » légèrement vos bras et vos mains du tronc. Inutile de faire des mouvements amples : privilégiez les mouvements ronds et effectuez-les toujours en direction de votre auditoire.

## À vous de composer

Libre à vous d'utiliser vos mains pour faire passer votre message. Gardez toutefois à l'esprit que, de manière plus ou moins consciente, certains gestes peuvent avoir une signification particulière :

- La main ouverte est naturellement un signe de rassemblement.
- Le poing serré peut être le signe de votre détermination (mais aussi, parfois, de votre fermeture à la discussion).
- Le doigt pointé vers le public peut être celui de la précision du propos, comme celui de l'autorité.

# 10

## Gérer sa respiration

Puisqu'un discours est fait pour être entendu, la voix doit devenir votre instrument de travail. C'est par le biais de la voix que vous allez parvenir à transmettre votre message, vos émotions et votre détermination. Mais avant d'entamer un travail sur la projection de la voix, il est nécessaire de travailler la respiration.

### ■ Respiration thoracique

Oui, bien parler, c'est tout d'abord bien respirer. Pour cela, il est possible d'« opposer » deux types de respiration.

Il existe tout d'abord la *respiration thoracique* : il s'agit en quelque sorte de la « respiration de tous les jours ». Lorsque vous prenez une inspiration, votre cage thoracique se déploie et vos abdominaux ne sont pas sollicités. Les poumons se remplissent d'air, mais pas en totalité. En clair, vous n'inspirez pas aussi profondément que vous le pouvez.

Conséquence : si vous utilisez uniquement cette respiration et que vous marquez très peu de pauses dans votre discours, vous risquez de vous trouver à court de souffle après quelques minutes de parole.

### ■ Respiration abdominale

Pour remédier à ce problème, il vous est conseillé d'adopter la *respiration abdominale*. Elle est naturellement en place lorsque l'on est dans un état de

détente ou proche du sommeil.

Pour « parler avec le ventre », il est nécessaire de « faire partir » votre respiration depuis le ventre pour vous permettre de remplir entièrement vos poumons d'air.

Pour cela, exercez-vous : tenez-vous droit, en plaçant votre main sur le ventre. Inspirez profondément, puis soufflez en projetant votre voix. En procédant ainsi, vous allez détendre votre larynx tout en assurant une meilleure prise d'air. La voix est assurée et projetée.



# 11

## Trouver le bon rythme de parole

Nous avons vu précédemment que la prosodie (c'est-à-dire les inflexions de la voix) joue un rôle important dans la transmission d'un message.

Il est donc primordial d'apprendre à jouer sur les rythmes et les volumes pour convaincre.

### ■ Existe-t-il un bon débit de parole ?

Au cours d'une conversation usuelle, on estime que le débit de parole est généralement compris aux alentours de 200 mots par minute. Avec le stress, ou lorsque le temps de parole est restreint, ce débit de parole a tendance à s'accélérer. Or, au-delà de 250 mots par minute, la compréhension devient de plus en plus difficile et nécessite plus d'attention de la part de l'auditeur (ce qui n'est jamais bon...). Dès lors, pour se faire comprendre au mieux, il est conseillé d'apprendre à ralentir le rythme.

### ■ Savoir mettre du rythme

La monotonie est le pire ennemi du discours. Le succès d'un discours n'est pas lié à la seule vitesse d'élocution. Les accélérations et les décélérations vont vous permettre de donner du rythme à votre prise de parole.

Par exemple, ralentir est un bon moyen pour faire comprendre au public que vous allez aborder un point important du discours. Accélérer vous permettra

de donner de l'intensité (par exemple, au moment d'aborder un argument émotionnel).

## || Jouer sur les tons

Pour vaincre la monotonie, il vous faut aussi apprendre à jouer avec les variations de ton. Les inflexions de la voix permettent ainsi de faire la différence entre les phrases ouvertes (Exemple : « *Vous venez avec moi ?* ») et fermées (« *Venez avec moi !* »). Elles permettent aussi de faire la différence entre une proposition et sa solution.

# 12

## Soigner sa diction

Il n'est pas nécessaire de faire de longs développements pour convaincre de l'importance d'une bonne diction dans une prise de parole.

Si les exercices pour la voix insistent sur le travail autour de la respiration, les exercices de diction et d'élocution insistent davantage sur les articulations de la mâchoire et sur la langue.

### ■ Échauffer les muscles de la mâchoire

Les meilleurs exercices de diction nous viennent du théâtre :

- Avant votre prestation, dans une pièce isolée, reproduisez plusieurs grimaces pour échauffer l'ensemble des muscles de la mâchoire.
- Après cet exercice, tapotez votre visage avec le bout des doigts.
- Si vous avez une articulation molle, récitez votre discours (ou tout autre texte) en mordant dans un crayon (ou dans un bouchon de liège) posé à l'horizontal. Après quelques minutes, renouvelez l'exercice sans le crayon. Cet exercice est excellent pour améliorer le positionnement de la langue dans la mâchoire.

Enfin, travaillez sur les accélérations et décélérations pour maintenir un bon niveau d'élocution. Vous pouvez recourir aux exercices de virelangue pratiqués au théâtre (Exemple : « *Le fisc fixe exprès chaque taxe fixe excessive exclusivement au luxe et à l'exquis* »).

## ■ Quelques conseils pour assurer une belle diction

Il s'agit de trouver un équilibre entre l'articulation molle (« parler avec une patate chaude ») et la sur-articulation qui ne serait pas naturelle.

En marge des exercices évoqués précédemment, n'oubliez pas que les troubles de la diction naissent également du stress et d'un débit de parole trop rapide. Encore une fois, n'hésitez pas à ralentir la cadence !

# 13

## Jouer sur les silences

Parler en public ne signifie pas qu'il faut délivrer un flot ininterrompu de paroles. Bien au contraire. Pour imposer son rythme et pour laisser l'auditoire respirer, il faut apprendre à utiliser les silences.

Là encore, le plus important est sans doute de ne pas avoir à subir le silence. Le tout est une question de maîtrise.

### ■ Le silence avant de prendre la parole

Le premier type de silence, sans doute celui auquel on pense le moins, est le temps que l'on se ménage avant de commencer la prise de parole : lorsque vous vous présentez devant un auditoire et que l'on vous donne la parole, inutile de vous précipiter la tête la première dans l'exercice, surtout si la foule devant vous est indisciplinée. Au contraire, prenez du temps avant de commencer et assurez-vous que l'attention est focalisée sur vous.

### ■ Le silence pour faire apparaître la structure

Le silence est également très utile pour l'auditoire : il lui permet de se repérer dans le discours et de comprendre que l'on passe d'une idée à une autre.

### ■ Un instrument au service du style

Mais le silence n'est pas uniquement un outil fonctionnel. C'est également un moyen d'instaurer un moment de tension et de communion avec le public. Au théâtre, le silence est ainsi souvent utilisé pour créer un moment de pesanteur.

Bien entendu, attention de ne pas trop user des silences. Un discours haché ou ponctué de trop longs silences donnerait l'impression que vous ne maîtrisez pas votre prestation (ou que vous en faites trop). Respectez votre propre ponctuation, marquez un temps à chaque point et à chaque virgule.

# 14

## Le regard

Cicéron disait que « *les yeux nous ont été donnés par la nature, comme au cheval et au lion la crinière, la queue et les oreilles, pour traduire les mouvements de l'âme* ». Le regard, c'est « le miroir » de l'âme. Autant apprendre à l'utiliser.

### ■ L'arme du regard

Utiliser votre regard vous permettra d'obtenir de précieuses informations sur la réception du discours par votre auditoire. Il vous permet aussi de l'accrocher aux moments clés de votre discours (un orateur qui regarde ses notes ou ses pieds au moment le plus émouvant de son discours sera perçu comme refusant le combat).

### ■ Vers qui diriger son regard ?

Projetez votre regard vers l'auditoire. Si cela peut vous aider, imaginez une ligne d'horizon située vers le public, et essayez de balayer l'assistance.

Il est très important de ne pas fixer les yeux sur une seule partie de l'auditoire. Par exemple, si vous ne faites que regarder le premier rang, les autres personnes concernées vont se demander pourquoi vous privilégiez un rang plutôt qu'un autre. Évitez de faire des jaloux et distribuez votre regard de manière généreuse (par exemple, imaginez une ligne en forme de W).

### ■ Attention à certains signes

Certains signes ne trompent pas lorsqu'il s'agit du regard. D'une manière générale :

- évitez de regarder en l'air (vous donnerez l'impression d'être perdu) ;
- ne fixez pas vos pieds (c'est le signe universel du manque de confiance) ;
- et enfin, évitez de fixer la porte ou l'horloge (vous montrerez que vous avez envie d'en finir au plus vite).

Si vous parlez avec vos notes, profitez des silences pour jeter quelques regards à votre texte !



# 15

## La structure du discours (1) : l'exorde

Comment structurer un discours ? La rhétorique classique nous apporte plusieurs éléments de réponse sur l'organisation d'un discours (ou de n'importe quelle intervention en public). Mais comment le commencer au juste ?

Dans un discours, l'introduction a pour but d'attirer l'attention de l'auditoire et de le mettre dans les meilleures dispositions possible pour qu'il écoute la suite. On appelle cela l'exorde.

### ■ L'exorde par l'hommage

C'est la forme la plus classique de l'exorde : il s'agit de commencer sa prise de parole en témoignant de sa gratitude vis-à-vis du public ou en mettant en avant un trait de sa personnalité. Exemple : « *Mes chers amis, je suis ravi d'être ici pour discuter de ce projet qui nous tient tous à cœur.* »

### ■ L'exorde par l'insinuation

Lorsque l'heure est grave ou lorsque votre public est peu enclin à la flatterie, il est difficile de commencer son discours en remerciant l'auditoire. La deuxième possibilité qui vous est offerte consiste donc à insister d'emblée sur les enjeux du discours. Vous montrez que vous ne contournez pas la difficulté, mais qu'au contraire, vous êtes capable de l'affronter. Exemple : « *Nous sommes ici*

*pour trancher un litige, en décidant de la culpabilité ou de l'innocence d'un homme. »*

## ■ L'exorde par la surprise

C'est sans doute le moyen le plus audacieux pour engager une prise de parole. Il s'agit de prendre par surprise son auditoire en faisant en sorte qu'il ne sache pas exactement où il va être emmené. Par exemple, comme Jacques Chirac, dans son discours de Johannesburg du 2 septembre 2002 : « *Notre maison brûle et nous regardons ailleurs.* »

# 16

## La structure du discours (2) : la narration

Dans un bon discours, la narration permet à l'orateur de présenter les faits qui l'amènent devant l'auditoire. Par exemple, dans la plaidoirie de l'avocat, ce dernier va exposer les faits qui ont conduit au litige avant d'évoquer pourquoi son client est dans son bon droit.

### ■ Les caractéristiques de la narration classique

Classiquement, la narration doit présenter deux qualités essentielles : être brève et claire. Cette présentation des faits doit aussi se faire à votre avantage. Par exemple, l'avocat va mettre en avant les éléments à la décharge de son client. Enfin, elle doit déboucher sur la thèse que vous défendez.

Attention ! Elle doit également être vraisemblable : si l'orateur doit prendre soin d'exposer les faits sous un jour favorable, il lui faut également veiller à ne pas inventer ou contredire les faits tels qu'ils ont eu lieu.

### ■ Exposer les faits en votre faveur

L'appel du 18 juin 1940 du général de Gaulle permet de montrer les divisions entre l'exorde, la narration et la thèse défendue.

*« Les chefs qui, depuis de nombreuses années, sont à la tête des armées françaises, ont formé un gouvernement. Ce gouvernement, alléguant la défaite de nos armées, s'est mis en rapport avec l'ennemi pour cesser le combat. (Exorde par insinuation)*

*Certes, nous avons été, nous sommes submergés par la force mécanique terrestre et aérienne de l'ennemi.*

*Infiniment plus que leur nombre, ce sont les chars, les avions, la tactique des Allemands qui nous font reculer. (Narration)*

[...]

*Mais le dernier mot est-il dit ? L'espérance doit-elle disparaître ? La défaite est-elle définitive ? Non ! (Thèse défendue) »*

# 17

## La structure du discours (3) : l'argumentation

L'argumentation est le cœur de votre prise de parole. C'est le moment décisif où vous allez chercher à convaincre. Il occupe logiquement une grande partie de votre propos. Nous étudierons par la suite les différents types d'arguments. Il reste à savoir comment ordonner son argumentation dans une prise de parole.

### ■ La division

Classiquement, l'argumentation doit être annoncée de manière claire et doit surtout être visible. En rhétorique, c'est ce que l'on appelle *la division* (un peu comme l'annonce du plan dans un devoir scolaire).

Exemple : l'appel du 18 juin évoqué dans la leçon précédente a été repris et développé le 22 juin. Le général de Gaulle introduit ainsi les trois points de son argumentation : « *Or beaucoup de Français n'acceptent pas la capitulation ni la servitude, pour des raisons qui s'appellent : l'honneur, le bon sens, l'intérêt supérieur de la patrie.* »

### ■ Cohérence

Les arguments doivent s'enchaîner de manière logique et homogène pour toucher le plus efficacement possible le public. Ils s'inscrivent dans le cadre

d'un raisonnement. Il faut s'efforcer de garder une cohérence entre ces derniers : un argument doit conduire à un autre.

## ■ **Ordre nestorien**

Il s'agit de la méthode privilégiée pour ordonner les arguments. Elle consiste à mettre les arguments les plus forts au début et à la fin de votre démonstration (et de placer les arguments les plus contestables au milieu).

En procédant ainsi, vous évitez de laisser le champ libre à l'adversaire : le dernier argument sera considéré comme décisif (et fera oublier le cas échéant vos quelques faiblesses).

# 18

## La structure du discours (4) : la réfutation

Il ne suffit pas de dire que l'on a raison pour gagner l'adhésion de son public. Il est aussi possible d'emporter la conviction en prouvant que l'autre à tort. C'est un passage périlleux dans une prise de parole : il s'agit de prendre l'argument de votre contradicteur et de le retourner contre lui. On considère généralement que ce passage intervient après l'argumentation.

### ■ Un passage facultatif

Préparer une réplique à un argument adverse dans une prise de parole n'est pas obligatoire ; après tout, vous pouvez légitimement considérer que votre argumentation est suffisamment efficace pour emporter l'adhésion. N'utilisez la réfutation que si vous l'estimez nécessaire.

### ■ Mais potentiellement très efficace

Néanmoins, bien préparée et bien amenée, une réfutation peut se transformer en un passage décisif laissant votre adversaire K.-O. On considère généralement qu'une bonne réfutation doit être brève et incisive.

Jouez sur la concession, l'argumentation par l'absurde, l'exagération ou l'humour pour toucher au but.

Exemple : le 26 juin 1963, John Fitzgerald Kennedy est à Berlin. La ville, occupée par les Soviétiques à l'est, et par les puissances occidentales victorieuses à l'ouest, est séparée depuis 1961 par un mur infranchissable.

Kennedy reprend la critique des démocraties occidentales pour en faire un point de force : « *Notre liberté éprouve certes beaucoup de difficultés et notre démocratie n'est pas parfaite. Cependant, nous n'avons jamais eu besoin, nous, d'ériger un mur pour empêcher notre peuple de s'enfuir. Le mur fournit la démonstration éclatante de la faillite du système communiste.* »

La réfutation n'a pas besoin d'occuper une grande partie du discours pour être redoutablement efficace.



# 19

## La structure du discours (5) : la péroration

Lorsque vous avez exposé votre argumentation (« Pourquoi j'ai raison ? ») et déconstruit celle de votre contradicteur (« Pourquoi l'autre a tort ? »), le temps est venu de terminer votre prise de parole.

Cette conclusion porte un nom : la péroration.

### ┃ Un récapitulatif des arguments

Dans la rhétorique, on considère que la première étape de la péroration consiste en la récapitulation des arguments que vous soutenez. Il s'agit d'un travail de synthèse qui doit permettre   votre public de retenir les points principaux de votre raisonnement.

### ┃ Le grand final

La péroration a un deuxième objet, beaucoup plus périlleux : celui de faire comprendre   votre auditoire que le discours touche   sa fin. Pour les rhétoriciens romains, c'est ici que « *l'émotion doit être   son comble* ». Le style doit permettre de susciter l'indignation, la pitié ou au contraire de galvaniser votre auditoire.

### ┃ Le clap de fin

Pour terminer un discours, il ne faut surtout pas oublier de conclure par une phrase qui marque l'esprit du public. C'est la dernière image que vous allez laisser. Jouez sur votre sens de la formule et utilisez les figures de style pour frapper les esprits.

Exemple – Malraux, 19 décembre 1964, discours du transfert des cendres de Jean Moulin au Panthéon : « *Aujourd'hui, jeunesse, puisses-tu penser à cet homme comme tu aurais approché tes mains de sa pauvre face informe du dernier jour, de ses lèvres qui n'avaient pas parlé. Ce jour-là, elle était le visage de la France.* » La voix est projetée sur la dernière phrase.

## 20

# L'exécution de la p eroration

Dans une prise de parole c'est par votre style et par votre voix que l'auditoire doit comprendre que votre intervention s'arr ete. Deux options se pr esentent   vous : ou bien vous ralentissez le rythme pour capter l'attention, ou bien vous montez la voix pour terminer en apoth eose.

### ┃ Première option : ralentir

C'est une sorte d'atterrissage en douceur. Avec la voix qui descend petit   petit et le débit qui ralentit, votre auditoire doit comprendre que le message touche   sa fin.

### ┃ Seconde option : monter en puissance

La seconde possibilité consiste   finir en apoth eose par une montée progressive de la voix.  tape par étape, la voix va se faire de plus en plus forte pour terminer par un grand final. C'est ainsi que dans le discours d'entrée des cendres de Jean Moulin au Panthéon, Malraux monte progressivement la voix pour terminer dans un éclat.

### ┃ Les erreurs   éviter

Le risque   éviter lors de la p eroration est celui de la sortie de route. Faites très attention   votre phrase finale.

Pensez également à maîtriser votre voix ! Si vous utilisez un ton monocorde durant toute la prestation et que vous ne changez pas votre rythme à la fin de votre discours, le risque est que l'auditoire ne comprenne pas que l'on arrive au moment fatidique.

Enfin, inutile d'en faire trop. Si vous choisissez de terminer en apothéose, prenez garde à ce que votre voix ne monte pas trop brutalement.

## 21

# Le storytelling

Dans la théorie classique, la narration est censée être un passage court et efficace. Mais de nos jours, certains orateurs tendent désormais à lui donner plus d'importance grâce au *storytelling*. Au sens littéral du terme, le *storytelling* consiste à *raconter une histoire* (et, le plus souvent, sa propre histoire).

### ■ L'art de raconter une histoire

Le récit exposé à l'auditoire est censé incarner à lui seul une idée défendue ou un mouvement. Le plus souvent, il s'agit pour l'orateur de susciter un lien d'empathie avec son public.

Le stratagème est souvent utilisé en politique et dans le milieu artistique.

Exemple : en 2004, dans un discours prononcé à la convention du parti démocrate, Barack Obama raconte l'histoire de sa famille censée incarner le rêve américain. Le choix de son prénom est considéré comme porteur d'un message : « *Mes parents ne partageaient pas seulement un amour improbable, ils partageaient une foi durable dans les possibilités de cette nation. Ils m'ont donné un nom africain, Barack ou "le béni", croyant que dans une Amérique tolérante, votre nom n'est pas un obstacle au succès. Ils m'ont imaginé rejoindre les meilleures écoles du pays, même s'ils n'étaient pas riches, car dans une Amérique généreuse, on n'a pas besoin d'être riche pour exploiter son potentiel.* »

### ■ Organiser un storytelling

Quelques conseils :

- N'ayez recours au *storytelling* que lorsque cela sert votre propos et si le contenu est authentique.
- Utilisez le style pour mettre en lumière votre récit (et permettre à l'auditoire de s'identifier à vous).
- Enfin, terminez votre *storytelling* en faisant le lien entre le récit et la thèse ou l'argument que vous défendez. Il s'agit d'une technique au service de la conviction (et pas du narcissisme !).

## 22

# Construire un raisonnement (1) : étudier un cas

Comment préparer sa prise de parole ? Les Romains disaient tout simplement : « *Possède le sujet, les mots suivront.* » Deux millénaires plus tard, ce conseil reste toujours aussi vrai. Maîtriser les faits et son dossier, c'est le meilleur moyen de préparer son argumentation.

### | Analyser sa cause

Comment faire pour débayer son sujet et trouver les meilleurs arguments ? Il existe une méthode de questionnement empirique qui permet d'analyser une situation :

- **Quoi ?** Quel est l'objet de la prise de parole ? Qu'est-ce qui s'est passé ?
- **Qui ?** Qui est concerné ? Quels sont les acteurs ou les responsables d'une situation ?
- **Où ?** Où a eu / aura lieu l'évènement ?
- **Quand ?** Quand l'évènement a eu / aura lieu ?
- **Comment ?** Avec quels moyens ? Quel matériel ? Quelle procédure ?
- **Combien ?** Avec quel argent (si l'argent intervient) ?
- **Pourquoi ?** Quel est l'objectif poursuivi ?

Bien sûr, chaque discipline possède ses caractéristiques propres. Selon les cas, certains points seront plus importants que d'autres. On retrouve ainsi cette méthode dans le journalisme, où chaque étude de sujet s'articule autour de la

méthode des cinq W : « *Who says What to Whom in Which channel with What effect ?* » (Qui a dit quoi, à qui, par quel moyen et avec quelles conséquences ?)

## ■ Forces et faiblesses

À partir de ces questions, vous pouvez analyser vos forces et vos faiblesses, mais également anticiper où votre adversaire peut vous faire mal (et où vous pouvez, au contraire, l'attaquer). Vous allez ainsi pouvoir définir votre problématique.



## 23

# Construire un raisonnement (2) : trouver son angle d'attaque

Maintenant que vous maîtrisez votre sujet, vous allez devoir mettre au point la *thèse* que vous allez défendre. Cette thèse, c'est le chemin qui vous permettra de convaincre. Reste à trouver votre angle d'attaque pour démontrer que vous êtes l'homme ou la femme que l'on doit croire.

### ■ Plusieurs angles possibles

Pour briller à l'oral, vous avez deux chemins :

- soit vous démontrez que vous avez raison (en expliquant point par point la justesse de votre raisonnement, un peu comme un joueur de dames) ;
- soit vous démontrez que l'autre a tort (instillant le doute et justifiant ainsi que l'on fasse appel à vous : vous pouvez gagner en quelques coups, comme un joueur d'échecs).

C'est l'exemple de l'avocat qui peut soit démontrer l'innocence de son client, ou à défaut, avancer les circonstances atténuantes, expliquer que la prison n'est pas la bonne solution pour ce dernier, ou jouer sur le doute raisonnable.

À vous de choisir le type de raisonnement que vous voulez utiliser (voir [leçon 3](#)).

### ■ Une construction par des arguments

Votre thèse doit être construite autour d'arguments solides et surtout cohérents entre eux. Par exemple, si vous devez expliquer que vous êtes contre le service militaire, vous ne pouvez pas dans le même temps :

- utiliser un argument pacifiste : « *Nous devons nous battre pour la paix, et non pour préparer la guerre* » ;
- utiliser un argument belliciste : « *D'après les études, une armée professionnelle se bat de manière plus efficace. La fin du service militaire rend notre pays plus sûr.* »

## ■ Un travail de qualification

Vos arguments sont de différentes natures et font appel à des matières différentes. N'hésitez donc pas à les qualifier si cela peut vous aider (argument économique, argument scientifique, argument historique).

## 24

# Les arguments de fait

Un argument peut tout d'abord trouver sa source dans un fait difficilement contestable. Il s'agit de conforter le caractère vraisemblable d'une théorie avec la réalité, ou au contraire, de contredire une théorie avec un contre-exemple factuel.

### ■ Angle de démonstration

L'exemple typique de l'argument de fait est celui de l'avocat qui va démontrer l'innocence de son client en prouvant que celui-ci ne pouvait pas être à tel endroit à l'heure du délit :

*« D'après le rapport de police, le vol a eu lieu à 12 h 30. À cette heure-ci, monsieur X était à Lyon comme le montre une vidéo de surveillance. Il ne peut donc pas être l'auteur du délit. »*

Il s'agit d'une démonstration qui peut facilement convaincre, pour peu que l'information soit vraie.

### ■ Contrer un argument de fait

Les arguments factuels peuvent parfois être biaisés. Après tout, une expérience ne suffit pas à définir une réalité (c'est la fameuse opposition en philosophie entre l'*empirisme* et le *rationalisme*).

Ainsi, un argument factuel peut être contré par un raisonnement scientifique. Par exemple, l'argument factuel qui consiste à dire : « *Il neige en décembre,*

*donc le réchauffement climatique n'existe pas* » peut être facilement contredit par les centaines d'études scientifiques qui établissent l'existence du réchauffement climatique.

## ■ La raison contre l'émotion

Il est possible également de contrer un argument factuel en opposant un argument émotionnel.

Exemple : dans une file d'attente, un ami malin peut vous donner un argument factuel incontestable pour resquiller (« *Si tu coupes la file, tu vas gagner du temps* »). Vous allez alors lui opposer un argument de valeur : « *Moralement, cela ne se fait pas.* »

## 25

# Arguments de droit et arguments scientifiques

Parmi les arguments rationnels, ceux qui se fondent sur le droit ou la science tiennent une place particulière. À la différence de l'argument factuel, ils vont reposer sur une norme juridique ou une théorie validée par la science.

### ■ Argument de droit

La rhétorique trouve son origine en grande partie dans la discussion juridique. L'argument de droit repose sur l'application de la norme juridique : il peut s'agir de la loi, d'un règlement, d'une jurisprudence ou d'un principe à valeur constitutionnelle.

Exemple : « *Notre Constitution garantit à tous les citoyens la liberté d'expression. Pour cette raison, je dois accepter cette opinion même si elle est contraire à mes valeurs.* »

### ■ Argument scientifique

La logique qui gouverne les arguments de droit ressemble à celle qui domine en matière scientifique. Un raisonnement scientifique repose sur la mise en œuvre de lois que l'on ne peut – en principe, et sauf découverte scientifique ultérieure – remettre en cause.

Dans une discussion commerciale ou politique, les arguments scientifiques ou fondés sur des études peuvent se révéler décisifs.

Exemple : « *Les études démontrent que l'efficacité d'un salarié diminue lorsqu'il a peu de vacances. Par conséquent, il est nécessaire d'augmenter le nombre de jours chômés. C'est mieux pour le salarié mais aussi pour l'entreprise.* »

## ■ Contrer un argument scientifique ou juridique

L'exercice peut sembler périlleux, mais il est possible de contrer la raison pure (la science, le droit) par les passions et les valeurs. Ainsi, dans *Antigone* de Sophocle, l'héroïne oppose aux lois des hommes les lois divines et les valeurs universelles : « *Je ne pensais pas que tes proclamations fussent assez fortes pour permettre à un homme, simple mortel, de transgresser les lois non écrites et immuables des dieux.* »

## 26

# Les arguments émotionnels

On entre peu à peu dans le domaine des sentiments et des passions. Il arrive qu'une proposition tout à fait rationnelle se heurte à des valeurs que l'on estime supérieures (pour reprendre ainsi l'exemple d'Antigone dans la leçon précédente).

### ■ Arguments de valeur

Il existe des valeurs que l'on place au-dessus des considérations particulières. Elles peuvent être :

- individuelles (idéal de vérité, de beauté, de conscience, d'humanité, etc.) ;
- collectives (idéal de liberté, l'égalité devant la loi, les valeurs religieuses, etc.).

Quand on utilise les arguments de valeur, l'idée n'est pas de trancher un débat philosophique mais bien de faire pencher la balance dans un camp plutôt qu'un autre.

Exemple : « *En fumant dans un lieu public, non seulement vous mettez en danger votre santé (argument rationnel), mais vous empiétez également sur la liberté des autres (argument de valeur).* »

### ■ Argument émotionnel et appel à la pitié

Lorsqu'on se retrouve au pied du mur (ou lorsqu'on doit galvaniser une foule), il est possible d'en appeler aux sentiments de son auditoire. C'est l'appel à la

pitié ou à la fierté.

Exemple : tel est l'argument utilisé par l'entraîneur de foot Pascal Dupraz dans une péroraison. Lors d'un match décisif pour le maintien de son club, ce dernier lance aux joueurs : « *À l'issue de la rencontre, vous serez des héros. On vous devra le fait d'avoir laissé le club en Ligue 1. On saura le souligner.* »

## ■ Combattre l'émotion... par la raison

Si un argument émotionnel peut contrer un argument rationnel, l'inverse est tout aussi vrai. Il est possible d'exposer « froidement » qu'une décision qui n'est pas moralement acceptable est toutefois préférable pour tous sur le plan rationnel.



## 27

# Les arguments d'autorité

Certains arguments ont pour objectif de renforcer votre crédibilité. La force d'un propos peut venir autant de son contenu que de celui qui l'a découvert. L'argument d'autorité consiste à invoquer une sommité lors d'une argumentation dans l'espoir de mettre fin au débat.

## Science, pouvoir et respect

L'argument d'autorité typique (dont on use à foison sans s'en rendre compte) consiste à en appeler aux autorités scientifiques.

Exemple : « *D'après une étude de l'université d'Harvard, il existe un lien entre X et Y.* »

L'argument d'autorité peut également prendre d'autres formes :

- **L'argument de respect** : « *La science, l'Église et les autorités morales sont d'accord sur la question.* »
- **L'argument de pouvoir** : « *De toute façon, le patron a dit qu'il fallait faire comme ça.* »
- **L'ipse dixit**, qui consiste à en appeler à une autorité intellectuelle ancienne : « *Aristote disait que...* »

Ces arguments possèdent l'avantage de vous permettre d'avancer masqué. Vous ne donnez pas *votre* opinion, mais celle d'un tiers.

## ■ Intérêt et limite de l'argument d'autorité

Ainsi, si votre interlocuteur est en position de vous critiquer ouvertement, il aura sans doute plus de mal à critiquer une autorité scientifique, morale ou éthique. En clair, il est plus facile de dire « *je ne suis pas d'accord avec vous* » qu'« *Aristote a toujours dit n'importe quoi* ». Toutefois, en invoquant systématiquement le passé, on risque de se voir reprocher de ne pas se mettre en danger et de refuser de donner son propre avis.

Invoquer un philosophe du passé ne vous empêche pas d'avoir vos propres opinions sur un sujet. Pour contrer un argument d'autorité, demandez donc à votre interlocuteur de sortir du bois et de donner « son » opinion.

## 28

# Préparer une contre-argumentation

Comment mettre K.-O. un adversaire ? Au moment de préparer votre argumentation, prenez le temps de vous glisser dans la peau de votre interlocuteur. Listez les arguments que l'on peut vous opposer pour préparer votre angle de contre-attaque.

Nous étudierons dans les prochaines leçons quelques arguments efficaces en réplique. Mais avant toute chose, posons-nous la question de l'introduction d'une réfutation.

### | Prolepse

L'une des techniques consiste pour l'orateur à aller au-devant des objections dans son propre discours : c'est ce que l'on appelle la *prolepse*.

Il s'agit tout d'abord de faire parler l'adversaire (« *Alors on me dira que...* »), puis de réfuter ce qui vient d'être dit.

Exemple d'une prolepse utilisée au passé : « *Ils avaient dit que ce jour n'arriverait jamais. Ils avaient dit que l'on avait visé trop haut [...]. Mais en cette nuit de janvier, à ce moment décisif de l'histoire, vous avez fait ce que les cyniques avaient dit qu'on ne pourrait pas faire* » (discours de Barack Obama à la suite de sa victoire à la primaire de l'Iowa, 4 janvier 2008).

### | Questions rhétoriques

Une autre manière d'introduire une réfutation argumentative consiste à user des questions rhétoriques. Il s'agit d'un jeu où l'on apporte la question et la réponse. Exemple : « *Continuerons-nous de louer par habitude ou par pratique ce qui est mal ? Nous perdrons la patrie. [...] Que ferons-nous donc ? Notre devoir* » (Robespierre, discours du 26 juillet 1794).

## ■ Confrontez-vous

Si votre interlocuteur utilise la technique de la prolepse, vous pouvez utiliser ce qu'il vous fait dire à votre propre avantage. Plusieurs possibilités s'offrent à vous :

- Expliquez que vous ne pensez pas ou n'avez pas dit cela.
- Insistez sur le fait qu'il simplifie à outrance.
- Enfin, démontrez que c'est malgré tout votre logique qui l'emporte.

## 29

# Arguments par l'absurde ou par la conséquence

Lorsque votre adversaire tient un argument bien construit, l'une des stratégies consiste à lui demander de le pousser jusqu'au bout de sa logique. En élargissant, vous pouvez finir par trouver des points problématiques. Ainsi, vous pouvez pousser votre adversaire à la faute.

### ■ L'impossibilité d'une thèse

Dans une argumentation par l'absurde, l'orateur va partir du postulat que la thèse adverse est vraie pour mieux la contredire.

Exemple : « *Si on part du principe que le suspect n'est pas impliqué dans le braquage, et qu'il ne fait partie d'aucune organisation criminelle, comment expliquer la présence d'armes et de munitions chez lui ?* »

Il est également possible de prouver la véracité de sa cause en prouvant par l'absurde que la proposition adverse est fausse.

### ■ Extension d'un raisonnement

Lorsque vous raisonnez par la conséquence, il vous appartient d'étudier les dangers (même les plus extrêmes) du raisonnement adverse pour fragiliser son point de vue. La différence avec le raisonnement par l'absurde est que vous ne démontrez pas son caractère invraisemblable mais son caractère imparfait.

Ce type de raisonnement se retrouve par exemple en économie. Tandis que les libéraux militent pour diminuer le rôle de l'État dans l'économie, un interventionniste va justifier ainsi la nécessité d'augmenter les salaires. Chacun pourra argumenter en raisonnant par la conséquence :

- Un interventionniste va dire : « *Les libéraux disent que l'État ne doit pas intervenir sur les salaires. Or, si la consommation est faible, la croissance va faiblir.* »
- Un libéral va dire : « *Si on augmente les salaires, alors les marges des entreprises vont diminuer au même rythme que les investissements et la croissance.* »

## Arguments ad personam et ad hominem

Les attaques personnelles ne sont malheureusement pas rares dans un débat. Dès lors, il vaut mieux s'y préparer pour apprendre à les anticiper et à les contrecarrer.

### Argument ad hominem

L'argument *ad hominem* consiste à démasquer son adversaire en confrontant sa thèse avec ce qu'il a pu dire ou faire dans le passé ; il s'agit d'un excellent moyen pour tenter d'abattre la crédibilité de votre interlocuteur.

Le procédé est très souvent utilisé en débat : par exemple, lorsqu'un adversaire politique propose de baisser les impôts, il suffit de rappeler le niveau de prélèvements obligatoires du temps où ce dernier était en charge des affaires.

### Argument ad personam

L'argument *ad personam* est beaucoup plus déloyal ; il est considéré comme le stratagème de dernier recours par Schopenhauer, spécialiste de la mauvaise foi. Selon lui, lorsque vous sentez que vous perdez le débat, « *il faut tenir des propos désobligeants, blessants et grossiers* ».

Autant dire que l'argument *ad personam* constitue l'arme nucléaire de la parole : il est à utiliser en dernier ressort lorsque rien ne marche, que vous êtes en situation d'échec. En clair, il s'agit d'un procédé peu glorieux.

## ■ Contrer une attaque personnelle ?

De l'aveu même de Schopenhauer, les attaques personnelles n'ont d'autre but que de faire sortir l'interlocuteur de ses gonds, le pousser lui-même à la faute et obtenir qu'il donne l'impression de ne pas être maître de ses nerfs. Dès lors, la meilleure stratégie à adopter lorsqu'on est victime d'une attaque personnelle est encore de garder son calme. Du reste, plus vous restez calme, plus votre adversaire devra surenchérir, ce qui va atteindre sa crédibilité.



## 31

# Illustrer un argument par des exemples

Pour défendre votre thèse, vous avez construit votre raisonnement à partir d'arguments de différentes natures (logiques, d'autorité, émotionnels...). Mais pour prouver que votre thèse n'est pas simplement une vue de l'esprit et qu'elle porte bien en elle une réalité concrète et palpable, il va falloir agrémentez votre discours d'exemples.

### ■ Le mariage de l'abstrait et du concret

L'exemple permet tout d'abord d'*appuyer l'argument*. Là où l'argument exprime un point de vue général, l'exemple, lui, va s'attarder sur un cas particulier et servir de « preuve » à la véracité de votre affirmation.

### ■ Le pouvoir de l'évocation

L'exemple possède une deuxième force : il permet de donner vie au discours. C'est ce que les Grecs appelaient la *mimésis*.

Un exemple bien décrit et personnifié permet de confronter l'auditeur à une réalité qu'il n'aurait jamais accepté de voir autrement.

Aristote disait : « *Nous prenons plaisir à contempler les images les plus exactes de choses dont la vue nous est pénible dans la réalité.* » En résumé, les exemples permettent de donner vie à un concept ou à une réalité.

## Exemples argumentatifs

Il existe une autre manière d'utiliser les exemples. Il vous est possible de développer dans votre récit une histoire (qui servira d'exemple illustré) avant d'en tirer une conclusion générale qui constituera votre argument.

Exemple : dans *L'Homme qui rit*, Victor Hugo attribue un discours imaginaire à un lord anglais. Il lui fait dire : « *Il y a dans les mines des hommes qui mâchent du charbon pour s'emplier l'estomac et tromper la faim [...]. Vous augmentez la pauvreté du pauvre pour augmenter la richesse du riche. C'est le contraire qu'il faudrait faire.* »

## 32

# Les exemples factuels

Les exemples factuels reposent sur le réel. Sur des éléments que l'on peut vérifier et qui sont difficilement contestables. Ils vont venir donner du crédit à votre argument (et renforcer par la même occasion votre crédibilité).

### ■ Le cas concret

Il s'agit de l'exemple par excellence. L'orateur va se référer à une situation précise de manière à appuyer sa thèse ou à introduire son argument.

Exemple : le politicien va convaincre de l'efficacité de sa mesure en expliquant ce qu'elle va changer « concrètement » pour un ménage en couple avec deux enfants.

### ■ Les statistiques

Le chiffre est sans doute l'une des armes les plus précieuses du *discours rationnel*. Après tout, qui oserait contester un chiffrage tiré d'une autorité statistique ou scientifique ?

C'est aussi un moyen utilisé pour concentrer l'auditoire sur une réalité.

Exemple : un politicien va utiliser son bilan chiffré pour se faire réélire en avançant les statistiques les plus flatteuses. « *Durant mon mandat, le chômage a diminué d'un tiers. Nous avons connu une croissance supérieure à nos voisins et la pauvreté recule. C'est la preuve que notre projet a marché.* »

## ■ Contrer l'exemple factuel

Il existe plusieurs moyens d'attaquer l'exemple factuel :

- Sur le fond, vous pouvez contester le lien de causalité entre la statistique flatteuse et l'argument avancé (pour reprendre l'exemple précédent, une statistique économique ne dépend pas d'un seul facteur).
- Sur la forme, il est aussi possible de contrer une statistique en utilisant l'arme de la *personnification*. Si l'on vous avance qu'un indicateur est bas, par exemple que « *la pauvreté recule* », expliquez qu'elle n'a pas disparu, en décrivant la réalité vécue par des personnes vivant en dessous du seuil de pauvreté.

## 33

# Les exemples émotionnels

Pour toucher le cœur du public, rien de tel que de sortir un exemple « qui vient des tripes », avec, en premier lieu, l'exemple personnel.

### ■ Exemple personnel

Il est possible de développer un exemple à partir d'une expérience que vous avez vécue. La force de l'exemple personnel est de permettre de donner une incarnation à votre thèse et à votre discours. De plus, l'exemple personnel est difficile à contester : à moins d'avoir la preuve que les faits rapportés n'ont jamais existé, il est difficile de répliquer à une personne qu'elle a tort lorsqu'elle exprime un ressenti.

L'utilisation de l'exemple personnel peut prendre la forme du *storytelling*. Le récit de la vie personnelle est presque l'occasion d'une fusion entre l'orateur et son propos. En quelque sorte, il s'agit de dire « je suis mon idée, et mon idée c'est moi ».

### ■ Un type d'exemple personnel : l'anecdote

Plus classiquement, on retient l'utilisation de l'*anecdote* comme exemple personnel. La petite digression offerte par l'anecdote permet notamment de souligner plusieurs qualités de l'orateur (ou du sujet du discours) : son exemplarité, son honorabilité, etc. Dans le discours de mariage, c'est le témoin

qui va commencer son propos en racontant une histoire qui est censée révéler un trait de personnalité.

## ■ La parabole et la fable

À côté de l'anecdote qui repose (en théorie) sur des faits réels, on distingue la *parabole* qui repose sur un récit imaginaire utilisé pour illustrer un enseignement ou une morale.

Bien entendu, la parabole évoque le plus souvent le discours religieux. La fable, composée comme un court récit, vise à apporter une morale davantage pratique.

## 34

# Les exemples littéraires et historiques

Il est possible de donner de la hauteur à votre propos en utilisant des exemples provenant de la culture générale.

### ■ L'exemple littéraire

Les références à la culture (que ce soit à la littérature, au cinéma ou au théâtre) permettent de donner du relief à une argumentation.

Exemple : pour relativiser l'importance des « explications » dans la littérature, André Malraux se réfère à un poème pour exprimer ce que signifie la culture. « *Aimer la poésie, c'est qu'un garçon, fût-il quasi illettré, mais qui aime une femme, entende un jour : "Lorsque nous dormirons tous deux dans l'altitude que donne aux morts pensifs la forme du tombeau" et qu'alors il sache ce que c'est qu'un poète* » (discours du 19 mars 1966).

Attention toutefois de ne pas tomber dans l'excès : soyez sûr de bien maîtriser l'œuvre que vous citez. Rien n'est pire que de parler d'un livre que l'on n'a pas lu.

### ■ L'exemple historique

La référence à l'histoire et aux événements glorieux du passé est sans doute l'un des passages obligés du discours solennel. Parler d'histoire possède deux avantages :

- Il s'agit d'un élément rationnel de la démonstration (après tout, il est difficile de contester l'histoire).
- Il s'agit d'un élément de *pathos*, puisque l'histoire permet de nous rassembler autour de valeurs communes.

Exemple : « *Croyez dans notre Constitution. Croyez dans l'idée chuchotée par les esclaves et les abolitionnistes, croyez dans les rêves des immigrants qui arrivent ici, croyez dans ceux qui aiment la justice. Croyez en ceux qui ont planté le drapeau de la démocratie et chassé la tyrannie, croyez dans ce drapeau planté sur la Lune.* » Barack Obama multiplie les références à l'histoire américaine dans ce discours du 11 janvier 2017.



## 35

# Manier les contre-exemples

Un exemple suffit rarement à convaincre un auditoire de la justesse de sa cause. Mais un contre-exemple bien senti peut affaiblir toute l'argumentation de votre adversaire. Reste à savoir comment il est possible de manier efficacement les contre-exemples.

### ■ Trouver des exceptions

Tout d'abord, pour mettre votre adversaire échec et mat, il suffit de trouver « le cas » particulier où celui-ci se trompe. Exemple : Schopenhauer cite dans son ouvrage *L'Art d'avoir toujours raison* l'affirmation « *tous les ruminants ont des cornes* », qui sera réfutée par « *l'exemple du chameau* ». En procédant ainsi, vous instillez le doute chez votre auditoire.

### ■ Opposer le concret à l'abstrait

Lorsque vous faites face à un orateur qui développe une théorie générale, il vous reste la possibilité d'utiliser un contre-exemple pour prouver que cette théorie ne fonctionne pas.

Exemple : pour prouver l'inefficacité d'une politique économique, un opposant va prendre le cas d'une famille qui ne bénéficierait pas des bienfaits des mesures du gouvernement.

### ■ L'arme de la personnification

Plutôt que de contester sur le fond la thèse adverse, il est également possible de personnifier les contre-exemples. Gardez à l'esprit que les individus ne sont pas des statistiques abstraites, mais des personnes que l'on peut voir devant soi et à qui l'on peut s'associer.

## 36

# Adopter le ton juste

Comment faire pour trouver la bonne distance entre vous et votre auditoire ? Comment faire pour trouver le ton juste ? Le plus souvent, pour reprendre les paroles de Cicéron, « *c'est une question de bon sens* ». Pour savoir avec quel style il faut aborder sa prise de parole, il suffit de faire preuve d'un minimum d'intelligence émotionnelle, mais aussi de se poser les bonnes questions.

### ■ « L'élocution »

La capacité à donner au discours le style qui convient porte un nom : c'est ce que les Romains appelaient l'élocution. N'oubliez pas que le ton que vous allez employer (la voix et les gestes) participe à la transmission du message. Avant même la rédaction de votre discours, commencez à réfléchir au ton que vous allez utiliser (ceci va d'ailleurs avoir une influence sur votre style et sur votre écriture !).

### ■ Connaître son public

Si le fond et la structure de votre argumentation constituent votre socle, votre style devra évoluer en fonction du public. Pour adopter le ton juste, vous ferez le choix de la légèreté ou de la solennité selon plusieurs critères :

- **Le contexte** : pourquoi prenez-vous la parole ? Quel est votre rapport avec votre auditoire ? Avez-vous un passif avec lui ? Est-ce que vous êtes en position de force ? En position de faiblesse ?

- **Le public :** à qui parlez-vous ? À des subordonnés, des supérieurs ou à des pairs ?
- **Le lieu :** est-ce que vous parlez sur un terrain connu ou inconnu ? L'endroit est-il familier ou solennel ?
- **Le temps :** à quel moment parlez-vous ? Après un adversaire ? Un allié ? Sommes-nous le soir, après une longue journée de travail, ou le matin ?

# 37

## Les différents registres

En rhétorique, on estime qu'il existe trois registres de style dans une prise de parole :

- le style agréable (ou bas) ;
- le style simple (ou moyen) ;
- le style noble (ou haut).

Bien entendu, il n'existe aucune hiérarchie entre les trois registres : on peut aussi bien convaincre avec de la légèreté qu'avec de la gravité.

### ■ Le style agréable

On pourrait décrire ce style comme celui de la légèreté : on va chercher à convaincre en tentant de plaire le plus possible. Dans ce type de discours, l'orateur aura le plus souvent recours à l'humour et à l'anecdote. C'est, par exemple, le style retenu pour les présentations de produit dans la Silicon Valley.

### ■ Le style simple (ou neutre)

C'est sans doute le ton que nous utilisons le plus souvent dans nos prises de parole : nous cherchons à exposer des résultats, à informer sur une situation, ou à expliquer quelque chose.

## ■ Le style noble (ou haut)

Dans la Grèce antique, ce ton convenait aux sujets les plus importants. La voix se fait grave, l'instant est solennel : par exemple, c'est le style adapté aux oraisons funèbres.

## ■ Alternez entre les styles

Rien ne vous interdit d'alterner les différents registres. Bien au contraire ! Là encore, la monotonie est l'un des ennemis du discours. Il est possible par exemple de commencer un discours par une anecdote, poursuivre en exposant des résultats, et finir par une péroraison sous le signe de la gravité.

## 38

# Sincérité et prise de parole

La sincérité est considérée par les Romains comme la principale caractéristique de « l'orateur idéal ». Pour être parfait, l'orateur doit être honnête, faire preuve de probité et être sympathique.

### ■ Rester en accord avec soi-même

La sincérité dans le discours consiste à tenir un propos qui est en accord avec ce que l'on pense. L'une des clés pour tenir un discours sincère est encore de rester soi-même.

### ■ Être son propre personnage

Que ce soit sur la forme ou sur le fond, la meilleure attitude à adopter lorsque l'on s'exprime en public consiste à ne pas chercher à se cacher derrière un personnage.

L'une des erreurs souvent commises au moment de la prise de parole consiste à vouloir absolument entrer dans la peau d'un autre personnage. Soit dans celle d'un « gros dur », soit au contraire dans celle d'un personnage conciliant qui accepte des concessions qu'il n'aurait pas admises en temps normal. Contentez-vous d'être vous-même : le public vous en sera reconnaissant.

Quand un acteur va chercher à travailler sur sa voix pour entrer dans un autre personnage dont les idées peuvent être aux antipodes des siennes, l'orateur

« idéal » est celui qui va parvenir à transmettre un message qui est en accord avec ce qu'il pense au plus profond de lui-même.

Les techniques évoquées tout au long de cet ouvrage sur la prosodie, la gestuelle ou le fond du discours sont là pour vous aider à délivrer un message clair et le plus en accord possible avec vous-même.

## ■ L'honnêteté

Pour inspirer la confiance, le mieux est encore de ne pas chercher à dénaturer les faits et de garder le souci de la vérité. Bien sûr, cela passe aussi par le respect que l'on doit aux contradicteurs. Fort logiquement, être honnête signifie que l'orateur idéal doit proscrire tout mensonge ou plagiat.



## La mauvaise foi

Un petit ouvrage sur la conviction ne serait pas complet sans aborder la question de la mauvaise foi. Que ce soit pour la contrer ou pour l'utiliser, quelques notions sont ici indispensables.

### ■ La mauvaise foi, c'est quoi au juste ?

Pratiquer la mauvaise foi, c'est partir du postulat que convaincre est plus important que la vérité ou l'honnêteté. La mauvaise foi consiste à défendre un point de vue que l'on sait faux, ou en partie inexact pour obtenir gain de cause.

**Attention :** la mauvaise foi n'est pas exactement le mensonge. Après tout, on peut recourir à une vérité pour convaincre, et être de mauvaise foi. Il suffit de lui faire dire ce qu'elle ne dit pas.

Exemple : lorsqu'une équipe subit une défaite sportive, l'entraîneur de mauvaise foi va mettre uniquement en avant les statistiques flatteuses. « *Nous avions une meilleure possession de jeu* », affirmera-t-il.

Voici d'autres exemples de mauvaise foi.

### ■ La pétition de principe

La pétition de principe consiste à prouver l'existence d'une chose en partant du principe qu'elle existe déjà. Il s'agit d'un raisonnement, certes fallacieux, mais terriblement efficace. Exemple : « *Tout ce qui est dans ce livre est vrai, puisqu'il est dit dans ce livre que tout ce qui y figure est vrai.* »

## ■ L'association dégradante

Autre technique décrite par Schopenhauer, elle consiste à discréditer par anticipation la thèse de votre adversaire en lui collant une étiquette dérangeante.

En politique, c'est l'adversaire qui ne va même pas se donner la peine de répondre de manière argumentée sur le fond, se contentant de dire que votre gouvernement est « *ultralibéral* » ou provient de « *l'ultragauche* ».

## ■ Ne jamais s'avouer vaincu

Il s'agit là d'un autre stratagème de Schopenhauer intitulé « *clamer victoire malgré la défaite* » ; simple et efficace : en toutes circonstances, célébrez votre victoire.

## 40

# Manier l'humour

Mettre les rieurs de son côté est un excellent moyen de conserver l'attention du public. C'est aussi un moyen efficace de faire passer un message souvent très sérieux.

### ■ Pourquoi faire rire ?

Votre capacité à faire preuve d'humour peut constituer l'un des marqueurs de votre crédibilité. Par exemple, dans le domaine politique, l'humour est un signe qui est censé témoigner de la maîtrise des événements et de la domination sur ses adversaires.

Exemple : lady Astor, une opposante de Winston Churchill, aurait dit un jour au Premier ministre « *Si j'étais votre femme, je mettrais du poison dans votre café* ». Réponse de l'intéressé : « *Si j'étais votre mari, je boirais ce café.* »

### ■ Le pouvoir fédérateur

L'humour possède également un pouvoir fédérateur : le rire permet de créer des moments de communion propices à la conviction. Ainsi, l'une des techniques pour introduire un discours consiste à capter la bienveillance de l'auditoire (la fameuse *captatio benevolentiae*). Dans cette hypothèse, l'humour est un moyen formidable de mettre le public dans sa poche.

### ■ L'humour comme stratagème argumentatif

Les traits d'esprit sont utilisés dans le but de convaincre et de faire pencher votre auditoire d'un côté de la balance. Dans le théâtre classique, c'était le fameux « *castigat ridendo mores* » (le rire châtie les mœurs).

L'humour peut être un moyen de dire de manière couverte ce que vous ne pouvez pas dire frontalement.

## ■ Une arme à manier avec précaution

Quelques précautions d'usage pour le moins évidentes sont à prendre avec votre auditoire. Mais certaines circonstances rendront difficile le recours à la « petite blague ». C'est ce que les Romains appelaient la *dignitas et gravitas* : la dignité et la gravité.

# 41

## L'ironie

À côté de l'humour fédérateur, il existe une autre forme d'esprit qui vous permet de lancer des petites piques ciblées et terriblement dévastatrices : l'ironie. Il s'agit d'une figure de style qui consiste à dire l'exact contraire de ce que l'on veut faire entendre. Le plus souvent, tout est dans l'intonation utilisée. Exemple de la vie de tous les jours : « *Surtout, ne m'aidez pas !* »

### ■ Un outil critique

L'ironie permet de critiquer une thèse de manière feutrée. Le procédé est connu depuis la Grèce antique : ainsi, Socrate maniait l'ironie en feignant son ignorance (c'est ce que l'on a appelé l'ironie socratique).

Elle a pour fonction « *de dévaloriser en faisant semblant de louer, et de louer en faisant semblant de dévaloriser* » (Quintilien). L'ironie est un art bien français et a souvent été utilisée comme un procédé de dissimulation.

### ■ L'ironie pour atténuer

Dans l'ironie, il y a ce que l'on dit et ce que l'on veut faire comprendre. Souvent, l'ironie vise aussi à apporter de la *nuance* au propos.

Exemple : lorsqu'un orateur fait face à un profond désaccord dans un débat, mais qu'il ne souhaite pas créer de tension outre mesure, celui-ci va le plus souvent dire « *vous imaginez bien que je ne suis pas **entièrement** d'accord avec ce*

*qui vient d'être dit* » (même si le désaccord est total). Il s'agit d'une précaution oratoire.

## ■ L'ironie pour agresser

Dire les choses avec ironie permet d'exprimer une agressivité qui, autrement, aurait été considérée comme socialement inacceptable. C'est l'exemple du fameux « *mais vous avez tout à fait raison, monsieur le Premier ministre* » lancé par François Mitterrand à un Jacques Chirac qui lui avait demandé de ne pas l'appeler ainsi.

## Les questions rhétoriques

L'utilisation des *questions rhétoriques* est sans doute l'une des techniques les plus anciennes et les plus fréquemment utilisées par les orateurs. Il s'agit pour l'orateur de poser une question à laquelle il n'attend aucune réponse de la part du public. Soit parce qu'il connaît la réponse, soit parce que celle-ci est évidente. Il est possible d'utiliser cette arme de plusieurs manières.

### ■ Le jeu de la subjection

Dans la prise de parole, la *subjection* est une formule où l'orateur va poser à la fois les questions et les réponses. Ce procédé est particulièrement utile lorsque vous voulez faire croire que vous avez obtenu une sorte d'aveu de la part de votre adversaire.

Exemple : c'est la fameuse technique de débat qui consiste à dire « *Vous savez pourquoi ? Eh bien je vais vous le dire ! Parce que...* » (et là, vous enfoncez votre adversaire...).

### ■ Asphyxier l'adversaire

Vous pouvez utiliser les questions rhétoriques pour asphyxier un adversaire. Cela nécessite toutefois de ne laisser aucun espace de réponse à votre interlocuteur et donc d'enchaîner la question et la fausse réponse très rapidement.

Armez-vous pour cela de confiance !

## ■ Faire apparaître la structure

Les questions rhétoriques peuvent également permettre à votre auditoire de se repérer dans votre prise de parole. C'est un outil très intéressant pour guider le public et pour faire apparaître la structure de votre discours. La question rhétorique peut être utilisée pour dire à votre interlocuteur : « *Voilà ce que j'ai dit, et voilà ce que je vais aborder désormais.* » Utilisez alors les silences pour enchaîner les questions et les nouveaux développements.



## 43

# Soigner l'oralité dans une prise de parole

Un discours est fait pour être entendu et pour être vu. Gardez à l'esprit que **l'oral n'est pas l'écrit**. Ce qui peut sembler bon à l'écrit peut apparaître comme très lourd à l'oreille.

Les mots constituent la matière première de votre discours. Alors pour éviter les lourdeurs, armez-vous d'un bon dictionnaire.

### ■ Champs lexicaux

Les répétitions dans un discours peuvent être particulièrement pénibles pour l'auditoire. Or, lorsque vous abordez un thème précis ou une question technique, il est probable que les mêmes mots reviennent inlassablement.

Le premier travail qu'il convient de faire avant de vous lancer dans la rédaction de votre discours consiste donc à balayer les différents champs lexicaux du thème que vous abordez. Notez les synonymes et les antonymes pour mieux vous préparer.

### ■ Le choix des mots

Puisque chaque mot a un sens, il faut veiller à ce que celui que vous allez choisir reflète l'exacte idée de ce que vous avez en tête. Certains mots peuvent renforcer une impression, d'autres l'atténuer. Ainsi, la description d'un accident sera différente selon que vous parlez de catastrophe (aggravation) ou d'incident (atténuation).

Anecdote : deux économistes israéliens (Daniel Kahneman et Amos Tversky) ont mis en lumière que les mots choisis jouent un rôle prépondérant dans la prise de décision du consommateur.

Ainsi, un public achètera plus facilement un produit si on lui promet qu'il « *gagnera / économisera* »  $x$  euros par mois, plutôt que si on lui indique que ce produit lui évitera de « *perdre* » une somme de  $x$  euros mensuellement.

## 44

# Avoir le sens de la formule

Comment faire pour que votre prise de parole laisse une trace auprès de votre auditoire bien après votre départ ? Les grands discours sont parsemés de formules restées si célèbres qu'il est possible pour n'importe quel lecteur de les rattacher par réflexe à leur auteur (exemples : « *La France a perdu une bataille mais elle n'a pas perdu la guerre* », « *J'ai fait un rêve* »...). Voici quelques pistes pour trouver dans un discours LA formule qui fait mouche.

### ▮ Privilégier les phrases simples et courtes

La recherche de la simplicité vous permet de toucher directement au but. À l'oral, le maître-mot est l'efficacité. Et dans ce domaine, une phrase simple présente deux avantages :

- d'une part, une phrase courte sera toujours plus facile à comprendre ;
- d'autre part, une phrase courte sera beaucoup plus facile à lire et à incarner.

Il suffit parfois de peu de choses pour fluidifier le style général. Supprimez les lourdeurs qui se rattachent à un style écrit, voire universitaire, et non à l'oral.

### ▮ Jouer sur les figures de style

Certaines figures de style vous permettent de donner du poids à vos phrases chocs (les leçons 47 à 49 sont consacrées à ce point). Il vous est possible de jouer sur les nuances ou oppositions de mots (exemple : bataille / guerre), mais aussi

sur les allitérations et assonances. Exemple : « *Veni, vidi, vici* » (« *Je suis venu, j'ai vu, j'ai vaincu* », Jules César).

D'autres figures jouent sur les tournures de phrases, comme le chiasme consistant à reprendre les mêmes groupes de mots en ordre inverse.

Exemple – discours de Kennedy du 20 janvier 1961 : « *Ne vous demandez pas ce que votre pays peut faire pour vous, mais demandez-vous ce que vous pouvez faire pour votre pays.* »

# 45

## Préparer ses notes

Il n'y a aucune honte à vouloir prendre la parole avec des notes. Si vous faites le choix de conserver un écrit en vue de votre intervention, rappelez-vous tout de même que votre regard va rester un élément essentiel de votre communication avec votre public.

Vous ne pouvez pas vous contenter de lire simplement votre texte. Pour convaincre, il va falloir organiser vos notes de telle manière qu'il vous sera possible d'interagir avec votre auditoire.

### ■ Préparer les feuilles les plus lisibles possible

Lorsque vous parlez, n'oubliez pas que vous êtes le seul à pouvoir regarder vos feuilles : peu importe au fond que vos fiches soient pleines de ratures, d'annotations ou de surlignage. Il s'agit de votre cuisine.

Quelques conseils toutefois pour rendre le texte facile à lire le jour J :

- écrivez gros (au minimum en caractère 16) ;
- avec un double interligne (pour obtenir suffisamment d'espace entre deux lignes) ;
- organisez votre texte autour de paragraphes bien détachés, afin de bien savoir sans difficulté où vous en êtes dans votre discours ;
- numérotez vos pages ;
- enfin (et surtout) écrivez uniquement sur des rectos (réutilisez ensuite le reste en brouillon).

## ■ Écrire ses propres didascalies

Pensez aux moments où il vous sera nécessaire de monter ou de descendre la voix, ralentir ou accélérer, chuchoter ou forcer la voix.

Comme au théâtre, écrivez vos propres didascalies : le jour J, efforcez-vous de les respecter dans la mesure du possible. Soyez toutefois attentif aux réactions de votre auditoire. Soyez en mesure de vous adapter ou de modifier votre intervention si vous sentez que le texte n'a pas l'effet escompté.

## 46

# L'art de l'improvisation

C'est l'exercice le plus noble, le plus beau et le plus redoutable de la prise de parole. Et pourtant, il demande beaucoup de travail. Comme disait Churchill, « *Un discours improvisé a été réécrit au moins trois fois* ».

### ■ Connaître parfaitement le fond de son sujet

Le danger principal de l'improvisation est de tomber dans la *logorrhée* : se livrer à un flux de paroles inutiles – ou pire, incohérentes.

Pour éviter ce résultat plutôt embarrassant, il faut se préparer sur le fond, mais aussi mentalement.

### ■ Structurer son intervention

Si votre prise de parole est relativement courte, vous pouvez toujours faire le choix de simplifier à l'extrême votre intervention pour vous concentrer sur les points importants.

Il est possible d'articuler votre réplique ainsi :

- Une introduction va permettre d'exposer pourquoi vous prenez la parole et d'énoncer rapidement votre thèse.
- Après l'introduction, à vous de passer directement à vos arguments. Allez à l'essentiel tout en vous laissant guider par votre instinct et par les impressions que vous percevez chez le public.

- Enfin, la conclusion sert à récapituler les informations les plus capitales, en terminant de préférence sur une formule choc.

## ■ Garder le début et la fin en tête

Avant de commencer, ayez en tête vos premiers mots et surtout votre phrase de fin. Entre les deux, vous restez libre de choisir dans quelle direction vous voulez aller. Restez attentif aux réactions de votre auditoire, et gardez votre regard sur le public.

Enfin, lorsque l'on improvise, le risque inhérent au fait de se lancer sans filet est de se retrouver submergé par ses émotions. Dès lors : ralentissez et contrôlez votre débit.



## 47

# Les figures de style (1) : jeu sur les sonorités

Les figures permettent souvent de donner du rythme et de la musicalité à votre texte. Elles sont redoutablement efficaces. Voici une liste non exhaustive.

- **Allitérations et assonances** : les *allitérations* consistent à jouer sur la répétition d'une même consonne, tandis que les *assonances* visent à jouer sur la répétition d'une même voyelle. Exemple : « *Je suis le bruit et la fureur, le tumulte et le fracas » (Jean-Luc Mélenchon).*
- **Homéotéleute** : répétition d'un groupe phonique à la fin des phrases ou des mots. Exemple : « *La presse lèche, lâche puis lynche » (Jean-François Kahn).*
- **Antanaclase** : figure de répétition jouant sur les sonorités ou la polysémie d'un terme. Exemple : « *Il faut donner du temps au temps* » (François Mitterrand).
- **Onomatopée** : imitation d'un son de la nature pour se faire comprendre. Exemple : « *Les affaires font pschitt* » (Jacques Chirac).
- **Périphrase** : figure utile pour éviter les répétitions de termes. Remplacez un mot par une description. Exemple : la Résistance devient « *l'armée des ombres* ».
- **Néologisme** : invention d'un mot. Exemple : « *une histoire abracadabrantesque* » (Jacques Chirac).

- **Antonomase** : figure consistant à utiliser un nom propre comme un nom commun. Exemple : « *C'est un coup de Trafalgar.* »

## Les figures de style (2) : jeu sur les rythmes

**Anaphore** : cette figure de style est sans doute l'une des astuces privilégiées des orateurs. Elle permet de donner au texte une certaine musicalité. Elle consiste à commencer chaque phrase d'un passage par un même mot ou une même formule.

Exemple : dans son discours du 28 août 1963 devant le Lincoln Memorial, Martin Luther King utilise l'anaphore « *I have a dream* » (J'ai fait un rêve).

**Épanaphore** : cette figure consiste à jouer sur la répétition d'une même structure. Exemple : « *Un mort, c'est une tragédie, un million de morts, c'est une statistique* » (Joseph Staline).

**Isocolie** : cette figure consiste à établir un équilibre entre les différents constituants d'une phrase. Exemple : « *Rien ne sert de courir, il faut partir à point* » (La Fontaine).

**Figure dérivative** : il s'agit d'utiliser dans une même phrase deux mots qui possèdent la même racine. Exemple : « *Quand on veut **expliquer l'inexplicable**, c'est qu'on s'apprête à **excuser l'inexcusable*** » (Nicolas Sarkozy).

**Accumulation** : on énumère un certain nombre d'éléments pour créer un effet d'accumulation. Exemple : « *C'est un roc ! C'est un pic ! C'est un cap ! Que dis-je, c'est un cap ? C'est une péninsule !* » (Edmond Rostand). Il s'agit aussi d'une figure de **gradation**.

**Épiphrase :** consistant à relancer une phrase en apparence achevée, cette figure possède un intérêt majeur. Elle permet d'apporter une pensée de portée générale après un développement pour renforcer l'argumentation. Exemple : « *Je vous le pardonne. Mais que le pardon est vain !* » (Henry de Montherlant).

## Les figures de style (3) : jeu sur les sens

**La comparaison** : elle n'est pas à proprement parler une figure de style. Il s'agit de mettre en relation un objet et de le comparer avec un autre. En d'autres termes, il s'agit de dire « *A est comme B* ».

**Métaphore** : si la comparaison vise à expliquer directement le résultat, la métaphore laisse deviner la conclusion à laquelle l'auditoire doit arriver. Exemple : « *Les peuples ne jugent pas comme les cours judiciaires ; ils ne rendent point de sentence, ils lancent la foudre* » (Robespierre).

**Aphorisme** : par cette formule, l'orateur va résumer une pensée en une phrase plus ou moins usitée. Exemple : « *Ce n'est pas parce qu'on a le meilleur marteau qu'on doit voir chaque problème comme un clou* » (Obama sur l'usage de la force dans les conflits mondiaux).

**Prétérition** : cette figure consiste à dire que l'on ne va surtout pas parler d'un sujet... tout en en parlant. Exemple : « *Je n'ai pas besoin de vous présenter notre prochain invité, il s'agit de...* » (suivi du reste de la présentation).

**Euphémisme** : cette figure permet à l'orateur d'adoucir une réalité désagréable. Ainsi, une guerre devient une « *opération de pacification* » ou une émeute un « *incident* ».

**Hyperbole** : à l'inverse de l'euphémisme, l'hyperbole va exagérer à l'extrême une situation. Exemple : « *C'est un naufrage ! Un cataclysme !* » (pour parler d'un événement qui sera le plus souvent vite oublié).

**Litote :** cette figure d'atténuation consiste à diminuer l'expression d'une pensée (par politesse ou par intérêt). Exemple : « *Va, je ne te hais point* » (Pierre Corneille).

## 50

# Réussir votre prise de parole (1) : avant de vous lancer

Abordons désormais le plus difficile : après avoir écrit ou préparé votre intervention, vous devez vous lancer. Mais inutile de vous lancer bille en tête. Prenez votre temps, et profitez des minutes qui précèdent votre prise de parole pour vous mobiliser.

### ▮ Avant de s'exprimer, étudier le contexte

Comment mettre à profit les derniers instants avant de prendre la parole ? Tout d'abord, étudiez les différents paramètres :

- **La salle** : en fonction des lieux, de la profondeur, de la foule, vous allez utiliser différemment votre voix. Est-il nécessaire ou non de prendre un micro ?
- **Les usages** : votre prise de parole a-t-elle des passages obligés ? Faut-il remercier quelqu'un en avant-propos ? Faites attention à l'étiquette !
- **L'heure** : s'il n'existe pas de « bonne heure » pour prendre la parole (d'ailleurs, le plus souvent, nous n'avons pas le choix), il convient de s'adapter à la situation en fonction de la fatigue de l'auditoire.
- **La durée de l'intervention** : selon les paramètres, étudiez si votre intervention se limite au nécessaire, ou si vous vous risquez à quelques longueurs superflues.

## | S'installer

Lorsque vous vous apprêtez à prendre la parole, surtout, pas de précipitation. Profitez de l'instant, en surveillant quelques points :

- Attention à votre attitude et à votre langage corporel : vous êtes jugé à partir du moment où vous êtes vu.
- Marquez un temps de silence avant de prendre la parole : cette pause va vous permettre de mieux contrôler votre respiration. Attendez que le silence se fasse et que l'attention du public soit mobilisée.

Et enfin, lancez-vous !



# 51

## Réussir votre prise de parole (2) : savoir vous lancer

Vous voilà au moment décisif où vous allez pouvoir déployer votre éloquence. Ces quelques conseils pourront vous aider à emporter l'adhésion de votre auditoire.

### ■ Soyez confiant et concentré

Vous voici désormais le maître à bord. Ayez confiance dans votre propre texte et jouez sur les variations de tons et de volume. N'ayez pas honte de votre texte : assumez votre propos !

### ■ Gardez le contrôle du rythme

Même après de nombreuses répétitions, votre débit de parole peut s'accélérer avec la tension et l'enjeu. Ne laissez pas le stress vous paralyser et vous conduire à expédier votre discours. Pour cela :

- N'oubliez pas de respirer : profitez pleinement des silences qui vont ponctuer votre discours.
- Surveillez votre débit de parole : accélérez ou décélérez **seulement** lorsque vous l'estimez nécessaire et lorsque cela sert votre discours,
- Si vous parlez debout, conservez un bon ancrage au sol et restez le plus statique possible : c'est du haut du corps que doit partir votre gestuelle.

- D'ailleurs, prenez garde à vos gestes. N'oubliez pas que votre gestuelle doit servir votre discours et donc être cohérente.

## ■ Montrez votre confiance

À moins que votre prise de parole soit uniquement radiophonique (et encore, de nos jours, même la radio est filmée), votre message est, aussi, transmis par l'image que vous véhiculez. Attention à votre attitude, communiquez votre enthousiasme !

## Réussir votre prise de parole (3) : gérer votre public

On n'insistera jamais assez sur la nécessité pour l'orateur de regarder son auditoire. Vous obtiendrez ainsi de précieuses informations pour gérer les réactions du public. Votre auditoire est-il attentif ou déboussolé ? Est-il conquis ou méfiant ? Veut-il en entendre plus ou montre-t-il des signes de lassitude ?

### ■ Marquer les temps forts

Vous soignerez particulièrement les intonations et les variations de registres au début de votre discours (*exorde*) ainsi qu'à la fin (*péroraison*) : votre auditoire doit comprendre que votre prise de parole commence et doit sentir quand cette dernière va se terminer.

Mais dans les développements, il vous appartient de mettre en lumière les effets de style, ainsi que les formules qui sont là pour résumer votre argumentation.

### ■ Faire face aux turbulences

Durant son discours, l'orateur n'a pas d'autre choix que de composer avec son public. Voici comment réagir si un perturbateur intervient :

- Ne vous énervez surtout pas : n'oubliez pas que votre crédibilité est en jeu, ne donnez pas le sentiment que vous êtes agressif.

- Utilisez la carte du silence : si vous arrêtez de parler, les regards du public se tourneront vers celles ou ceux qui perturbent votre discours (et en général, ces personnes s'arrêteront spontanément). Reprenez lorsque vous êtes sûr de capter l'attention du public.
- Surtout, ne vous excusez pas !

## ■ Savoir s'arrêter

Pour reprendre une citation connue du duc de La Rochefoucauld : « *La véritable éloquence consiste à dire tout ce qu'il faut, et à ne dire que ce qu'il faut.* » Si, en observant votre public, vous sentez que l'essentiel a été dit, alors vous pouvez préparer votre sortie.

## 53

# Réussir votre prise de parole (4) : réussir sa sortie

L'attitude de votre public est sans doute l'un des meilleurs guides pour vous permettre d'adapter la durée de votre discours. Tout comme la première impression, la dernière impression laissée par votre discours sera très importante. Voici quelques conseils pour réussir le grand final et marquer les esprits.

### ■ Amorcer la fin de sa prise de parole

N'oubliez pas que c'est par votre style et la gestion de votre voix que l'auditoire va comprendre que votre intervention touche à sa fin.

Quel que soit le sens que vous voulez donner à votre fin, apportez une attention particulière à votre dernière phrase (et aux intonations que vous allez utiliser pour celle-ci).

Portez une grande attention à votre formule de fin. Soignez ce moment très précieux dans une prise de parole.

### ■ Ne lâchez rien !

Votre attitude au moment où vous cessez de parler sera également scrutée. Alors, attention à vos faits et gestes. Montrez que vous êtes satisfait de votre

discours. À défaut, vous risquez de mettre à mal votre crédibilité. Gardez un air confiant.

Jouez sur votre regard.

## ■ Attention au « off »

De la même manière, prenez garde à ne pas dénigrer immédiatement votre discours et votre argumentation devant un cercle restreint. Attendez d'être en confiance avant de prendre du recul.

Et enfin, un petit rappel de taille : veillez à ce que votre micro soit éteint avant de vous mettre à reparler (les accidents en la matière existent !).

## 54

# Se préparer à un débat

Dans toute réunion – en famille ou, qui sait, en politique –, vous pouvez être amené à devoir débattre pour imposer vos idées. Lorsque vous débattrez, votre objectif est de gagner l'adhésion d'un tiers (un public, un électeur, un patron). Voici quelques conseils pour remporter un débat.

### ■ Étudier les points forts et points faibles

La préparation est la clé pour débattre et faire face aux mauvais coups. En préparant votre argumentation, dressez un aperçu des forces et faiblesses de votre démonstration (ne sous-estimez pas vos contradicteurs !). Soyez prêt à affronter les questions qui fâchent.

**Attention :** lorsque cette question arrive, restez naturel, ne montrez pas de signe d'agacement ou de découragement. Donnez même l'impression d'avoir anticipé toute attaque lancée contre votre argumentation en utilisant une formule type, du style « *je m'attendais à ce que l'on me pose la question* » ou « *rassurez-vous, je n'élude pas ce point, bien au contraire* ».

### ■ Un peu de stratégie

Sauf dans de rares cas, votre adversaire possède lui aussi ses points faibles. Si vous avez effectué votre travail de préparation, vous savez sur quel point vous pouvez contre-attaquer ou par quelle formule il vous sera possible de répondre

à une objection. Soyez toutefois prêt à tout affronter : il se peut que votre contradicteur brandisse certains arguments que vous n'aviez pas vus venir.

## ■ Utiliser la reformulation

Lorsque vous faites face à une question imprévue (ou un peu piègeuse), utilisez les tactiques de reformulation pour réorienter le débat vers un point où vous vous sentez plus à l'aise. Exemple : « *Si je comprends bien, vous voulez dire que..., lorsque l'on y songe, cela reprend la problématique de...* »



## Savoir répliquer lors d'un débat

Plusieurs techniques existent pour répondre à son adversaire dans un débat.

### ■ La méthode SOSRA

Une technique classique de réponse permet de structurer une pensée face à une question générale ou épineuse. Elle consiste à répondre en cinq temps, de la manière suivante :

- **Situation** : mettez la question dans un contexte général (exemple : « *Vous m'interrogez sur le chômage qui reste à un niveau élevé dans notre ville* »).
- **Observation** : formulez des observations sur ce contexte (exemple : « *Ce chômage a augmenté sous votre mandature, monsieur le Maire* »).
- **Sentiment** : le cas échéant, donnez votre appréciation personnelle sur la situation (exemple : « *J'ai la faiblesse de penser que le manque d'implication sur la question des fermetures d'entreprise n'a fait qu'accélérer ce mouvement* »).
- **Réflexions** : expliquez pourquoi ce qui a été proposé est mauvais ou bon, et ce qu'il est possible de faire (exemple : « *Se contenter de baisse de charges, comme vous l'avez fait pendant des années, n'est pas envisageable* »).
- **Action** : proposez votre plan d'action pour l'avenir (exemple : « *Il faut relancer nos centres-villes en proposant une fiscalité avantageuse* »).

### ■ Piéger grâce aux questions

L'une des stratégies pour déstabiliser son adversaire et gagner un débat consiste à le pousser à la faute. Pour cela, à vous de retourner les rôles et de poser les questions. Une technique de mauvaise foi (mais très efficace) consiste à poser des questions en imposant un choix binaire. Exemple : « *Êtes-vous pour X, c'est oui ou c'est non.* »

Autre stratagème défendu par Schopenhauer : posez innocemment des questions, et utilisez les réponses de l'adversaire pour en arriver à *votre* conclusion.

## 56

# Réussir un oral d'examen

Un oral représente une épreuve stressante. Ces quelques conseils pourront vous aider à aborder ce moment particulier (outre, bien sûr, le conseil le plus évident : celui de bien connaître son sujet et d'éviter au maximum les impasses sur votre programme).

### ■ Visualisation

L'un des meilleurs moyens pour éviter l'appréhension avant votre examen est sans doute de vous entraîner et de vous visualiser le jour de l'épreuve.

Représentez-vous toutes les étapes du jour J : de l'arrivée dans la salle d'examen à la découverte du sujet, de votre préparation sur votre feuille au fameux moment de vérité, celui où vous délivrez votre message. Et enfin, préparez-vous pour la partie des questions : l'anticipation est essentielle.

### ■ Lire et bien relire le sujet

La question qui vous est posée est la clé de votre examen. Votre objectif est donc d'y répondre. Cela passe par plusieurs étapes :

- Assurez-vous de bien comprendre le sujet pour éviter tout contresens, relisez-le plusieurs fois.
- Faites bien attention au sens de la question : est-ce qu'il vous est demandé votre avis personnel sur le sujet ? Est-ce que la question est orientée pour vous amener à tirer une conclusion particulière ?

- Au moment où vous préparez votre plan, demandez-vous à chaque fois : « *Est-ce que je réponds à la question posée ?* » C'est sans doute le meilleur moyen pour éviter le fameux hors-sujet.

## ■ Attention au non-verbal

Comme pour n'importe quelle prise de parole, prenez garde à l'impression que vous suscitez :

- **Attention à votre posture** : être avachi, c'est évidemment donner un très mauvais signal à l'examineur.
- **Variez votre ton et votre rythme** : une voix monocorde est très ennuyeuse à entendre.
- **Utilisez les silences** : cela constitue un excellent moyen de mettre en lumière votre plan pour montrer que vous passez d'une partie à une autre.

## Le discours politique

La France est un pays qui compte plus de 600 000 élus. Si l'on ajoute à ce nombre ceux qui prétendent occuper un jour un poste et ceux qui s'engagent dans un parti politique, un syndicat ou une association, on s'aperçoit que la place tenue par le politique dans la vie citoyenne est loin d'être anecdotique.

### ■ La règle des quatre C

Avec l'apparition de la radio, de la télévision, puis d'Internet, les contraintes sur le discours politique se sont multipliées. Autrefois, ce dernier incarnait le discours noble par excellence. Aujourd'hui, il se doit d'être efficace.

C'est ce que l'on appelle en communication la règle des quatre C.

La femme ou l'homme politique s'efforcera d'être :

- **Court** : le temps de parole étant limité (dans les médias comme dans les assemblées), l'orateur se doit d'avoir le sens de la formule.
- **Clair** : c'est sans doute l'impératif le plus délicat, simplifier sans être simpliste.
- **Cohérent** : les personnalités politiques sont invitées à prendre constamment position sur des sujets d'actualité divers et variés, y compris les plus triviaux. Dans ces circonstances, l'orateur se doit de faire preuve de cohérence avec ses déclarations passées. Tout changement d'avis devra alors être « assumé ».
- **Crédible** : apporter des preuves de crédibilité est sans doute la tâche la plus difficile pour une personnalité politique. En effet celle-ci dépend aussi de

facteurs qu'elle maîtrise difficilement : le parti auquel elle appartient est-il populaire ou non ? Quel était le bilan de son camp lorsqu'elle a exercé le pouvoir ? Il appartient à l'orateur d'anticiper les coups qui peuvent lui être adressés.

## ■ Attention à la « petite phrase »

Les interventions en politique sont parsemées de phrases qui constituent des « mini-slogans » et qui pourront être reprises aisément dans un journal ou par les réseaux sociaux. Mais l'art de la formule n'est pas sans risque. Veillez à ce que vos déclarations aient une seule interprétation possible. L'ambiguïté peut rapidement vous être reprochée : « *Quand il y a un flou, c'est qu'il y a un loup.* »

## 58

# L'interview

Répondre aux questions d'un journaliste n'est pas la même chose que de s'exprimer lors d'une réunion. La présence du micro ou de la caméra fait soudainement prendre conscience du fait que votre parole va être entendue ou vue. Or, c'est aussi à ce moment que l'on vous demande d'être particulièrement court et efficace (pour reprendre la règle des quatre C).

### ■ Se préparer aux questions

Plus que pour n'importe quelle autre prise de parole, préparez-vous en détail sur le fond de votre argumentation. Posez-vous les bonnes questions :

- À qui vous adressez-vous ? Qu'est-ce que vous voulez dire ? Comment ?
- Mais aussi : quel est le public / média auquel vous vous adressez ? Quel message prioritaire voulez-vous faire passer ?

Concernant la forme, écoutez également le format de l'émission pour savoir avec quel rythme et quel phrasé le ou la journaliste anime son émission. Cela vous permettra d'être dans le bon tempo.

### ■ Se mettre en situation

En communication, il n'est pas rare que les interviews ou grands débats soient répétés devant des « faux » journalistes. L'idée est également de faire un travail de visualisation pour faire abstraction des caméras ou du micro le jour J.

## | Réorienter un débat

Le journaliste est là pour obtenir des réponses. Parfois, la question même risque de vous déranger ou de vous laisser coi. Il existe des tactiques qui peuvent vous permettre de réorienter un débat.

Par exemple, il est possible de réorienter une question en opposant ces concepts :

- La théorie et la pratique : « *Ça, ce sont des grands discours, mais concrètement...* »
- La situation générale et un cas particulier : « *C'est ce que le gouvernement nous promet, mais prenez la situation d'un retraité...* »
- L'idéologie et le pragmatisme : « *Ça, ce sont des théories, il faut regarder ce que cela change.* »

Préparez-vous au cas où le journaliste reviendrait à la charge !



## L'argumentaire de vente

Dans le cadre d'un argumentaire de vente, vous devez convaincre un interlocuteur d'acheter un produit plutôt qu'un autre. Deux étapes indispensables pour établir votre stratégie : étudier les besoins du client, et y répondre par une offre argumentée.

### ■ Connaître son client (la demande)

Pour connaître les besoins de votre client (la demande), les techniques d'écoute active (utilisées à la base en psychologie) sont régulièrement appliquées dans le domaine commercial. Les techniques de reformulation s'avèrent ici très utiles.

### ■ Connaître son produit (l'offre)

La construction de l'argumentaire suit plusieurs étapes :

- Il s'agit tout d'abord de déterminer (et de connaître) les caractéristiques de votre produit (sa composition, ses performances, son fonctionnement), ainsi que ses caractéristiques commerciales (les tarifs, les offres, mais aussi la notoriété de la marque).
- Ensuite, à partir des besoins décelés, faites l'inventaire des avantages que le produit va apporter à votre client.
- Enfin, il s'agit de connaître le marché : est-ce que votre produit est accessible ou trop cher ? Est-ce que vous allez cibler du haut de gamme ou le grand public ?

## ■ Trouver votre « promesse »

Pour achever de convaincre votre client, il s'agit de trouver ce qui fait la différence entre votre produit et tous les autres qui composent le marché. C'est ce que l'on appelle en marketing l'USP, *Unique Selling Proposition*, ou en français la « promesse apportée par le produit ».

Faites donc appel à votre sens de la formule. Les formules de publicité sont ainsi directement inspirées des figures de style de la rhétorique. Exemple : « *Le poids des mots, le choc des photos* » (ancien slogan de *Paris Match*).

## 60

# L'entretien d'embauche

Passer (ou faire passer) un entretien d'embauche est toujours un moment délicat.

Pour le candidat, il s'agit non seulement de convaincre de ses qualités mais aussi de se différencier du reste des candidats. Pour l'employeur, il s'agit aussi de découvrir des éléments sur la personnalité de celle ou celui qui aura vocation à travailler à l'avenir dans l'entreprise. Voici quelques conseils pour cet « oral » particulier.

### ■ Se préparer aux questions

Commencez par vous renseigner sur l'entreprise, sa politique, son histoire, son objet, ce qu'elle produit, les éventuels échecs passés et les projets à venir. Anticipez les questions que l'on va vous poser (exemples : un éventuel trou dans un parcours ; vos relations avec un ex-employeur...) et celles que vous pouvez poser (après tout, un entretien fonctionne dans les deux sens !).

### ■ Soigner la forme

Gardez le contrôle de l'entretien. Il s'agit de se rappeler quelques conseils énumérés précédemment à propos des cas où l'on s'adresse à un interlocuteur assis derrière son bureau ou une table de réunion :

- Afin de vous tenir droit, asseyez-vous dans le premier tiers de votre chaise.

- Mettez-vous bien face à votre interlocuteur : s'avancer légèrement vers la table est perçu comme un signe d'intérêt.
- Gardez les jambes détendues et évitez de les croiser (cela aura un effet sur votre posture).
- Si vous prenez des notes, gérez votre espace : s'il est naturel de prendre des notes lorsque votre interlocuteur parle, évitez de vous « répandre » sur tout l'espace.
- N'oubliez pas votre gestuelle : évitez de masquer vos mains (ce qui donne l'impression de cacher quelque chose) mais aussi de poser vos coudes sur la table (ce qui est parfois perçu comme un signe d'arrogance).

## Le discours de motivation

Comment faire pour motiver des troupes, qu'il s'agisse de salariés ou d'un vestiaire avant un match important ?

On peut trouver à travers l'histoire quelques points de similitude entre les grands discours et les « discours de motivation ».

### ■ Un discours en quatre étapes

De manière synthétique, on peut globalement définir quatre grands temps du discours de motivation (s'adaptant à la structure du discours classique) :

- **Le rappel des objectifs (l'exorde) :** dans un premier temps, il convient de rappeler clairement la mission à réaliser. Il s'agit à la fois d'un exorde abrupt et d'une narration. On entre tout de suite dans le vif du sujet.
- **La galvanisation (l'argumentation) :** il s'agit de décrire ici pourquoi vous y croyez et pourquoi vos « troupes » peuvent atteindre l'objectif. Dans cette partie, il convient le plus souvent de mettre en avant les éléments rationnels, mais aussi un argument émotionnel : la confiance que vous avez envers les hommes et femmes qui vous écoutent. Exemple : mené au score, Zinedine Zidane (alors entraîneur du Real de Madrid) mobilise à la mi-temps d'une finale ses joueurs ainsi : « *Pendant les dix premières minutes du match, on leur a fait mal, on a eu des occasions. On doit continuer comme ça, [...] ils auront des occasions, mais ce n'est pas grave. On doit suivre notre chemin avec un esprit positif.* »

- **Donner du sens (argumentation et réfutation) :** expliquer aux salariés « pourquoi nous combattons ». Les éléments peuvent être basement matérialistes (l'argent) mais aussi plus nobles (le sens du devoir, la fierté, l'orgueil...).
- **L'exaltation (péroraison) :** c'est la dernière étincelle, celle qui va lancer vos compagnons dans la bataille. À vous de faire ici usage de formules percutantes !

## 62

# Travailler sa repartie

La repartie n'est pas un simple don. C'est une qualité qui peut s'acquérir au fil du temps, avec un peu d'entraînement, de la confiance, et surtout de la pratique. Quelques conseils pour vous aider dans vos prochaines joutes verbales.

### | Gagner en confiance

Tous ceux qui ont été victimes de « l'esprit de l'escalier » (c'est-à-dire le sentiment désagréable de trouver la réplique parfaite après avoir quitté une réunion) savent que le principal obstacle à la repartie est d'ordre émotionnel.

Le plus souvent, on se retrouve paralysé par ses émotions et l'on hésite à se lancer dans une repartie par peur des conséquences.

Alors, comment renforcer sa confiance en soi ?

- D'une part, la pratique de la parole d'une manière générale va vous aider à gagner petit à petit en confiance et à vous affirmer dans les situations personnelles ou professionnelles.
- D'autre part, vous pouvez vous aider à vous lâcher en vous disant que, le plus souvent, vous gagnerez beaucoup plus à vous affirmer qu'à vous laisser faire. Vous pouvez même en tirer une certaine part de fierté !

### | Faire mouche

Par principe, il n'existe pas de repartie prête à l'emploi pour désarçonner un adversaire. C'est d'ailleurs ce qui fait la magie de l'exercice : vous devez trouver « l'éclair de génie » qui marquera les esprits. Il faut être à l'affût et attentif. Voici toutefois quelques conseils plus précis :

- **Restez à l'écoute** : cela va de soi, mais pour faire preuve de repartie, il faut être particulièrement attentif à la parole d'autrui ainsi qu'au non-verbal.
- **Sentez le moment** : il faut savoir attendre le bon moment pour lancer sa réplique. Un peu comme au théâtre, attendez que votre partenaire finisse de parler et que votre voix soit audible pour lancer votre repartie.
- **Faites preuve d'humour** : en définitive, c'est sans doute par ce moyen que vous allez montrer que vous êtes capable de vous affirmer et de prendre de la hauteur sur les événements.



## 63

# Soigner ses sources

Que ce soit pour agrémenter votre style ou pour étayer un argument, vous pouvez être amené à user des citations ou à reprendre des informations ou dépêches. Pour ne pas mettre à mal votre crédibilité, quelques usages doivent être respectés.

### ■ Faut-il faire usage des citations ?

Lorsque vous prenez la parole, l'auditoire veut en savoir plus sur *votre* personnalité. Se retrancher derrière une formule trouvée par un auteur célèbre est tentant, voire sécurisant, mais ce n'est pas nécessairement ce qui vous est demandé.

Utiliser des citations n'est jamais obligatoire. Mais si vous devez le faire, quelques précautions sont à prendre :

- Ne pas se précipiter sur la première citation venue : aujourd'hui, un moteur de recherche vous permet de trouver en une fraction de seconde des centaines de citations sur n'importe quel sujet. Certaines sont même devenues des poncifs qui vont démontrer une relative absence d'originalité (exemple : « *L'homme est un loup pour l'homme* »).
- Vérifier ses sources : une citation pourra être utile si elle sert votre propos et si vous la maîtrisez entièrement. Il faut donc vérifier que la citation est exacte.

N'oubliez pas que certaines phrases peuvent être mal comprises (et peuvent même faire l'objet de contresens) si elles ne sont pas entièrement citées.

## ■ Toujours vérifier et revérifier !

Lorsque vous voulez convaincre (hormis les cas où la mauvaise foi est votre seule issue), il est nécessaire d'être sûr des sources et des propos que l'on défend. C'est le fameux « *check and double check* » d'usage chez les journalistes : vérifier et toujours revérifier.

## 64

# Étudier un discours

Lors de vos études ou pour votre culture personnelle (ou par amour des mots), vous pouvez être amené à étudier des discours de grands orateurs. Voici quelques pistes pour les analyser.

### ■ Comprendre le contexte

Tout d'abord, prenez quelques instants pour étudier le contexte dans lequel l'orateur prend la parole :

- L'orateur est-il en position de force ou de faiblesse ?
- Parle-t-il à un public hostile ou conquis ?
- Dans quel décor s'exprime-t-il ?

### ■ Étudier la forme et le fond

L'analyse d'un discours est à la fois objective et subjective. Bien entendu, il s'agit tout d'abord d'étudier les composantes du discours :

- Comment l'orateur commence-t-il son discours ? Avec quel débit ou quelle tonalité ouvre-t-il son discours ? Est-ce qu'il ralentit par la suite ?
- Quelle est sa gestuelle ? Est-ce que le ton est solennel ou désinvolte ? Quel est le style employé ?
- Et surtout, le plus important : quels sont ses arguments, et est-ce que le geste s'allie parfaitement avec la parole ?

N'hésitez pas à regarder un discours avec sa transcription. Cela vous permettra de naviguer entre les différentes parties du discours et de comprendre les éventuelles modifications dans la tonalité.

Lire le verbatim vous permettra aussi de réfléchir à votre ressenti et à ce qui vous a convaincu :

- Avez-vous changé d'opinion en lisant la transcription du texte ?
- Êtes-vous désormais plus ou moins convaincu par l'orateur ?

# 65

## Travailler sa mémoire

En médecine, la mémoire est la faculté pour le cerveau d'enregistrer, de conserver et de se rappeler les expériences passées. Dans la prise de parole, la mémoire est un allié précieux.

### | Se mettre dans de bonnes conditions

Certains orateurs disposent naturellement d'une excellente capacité de mémorisation, d'autres ont besoin de travailler de nombreuses heures pour se souvenir par cœur d'un texte.

Il est possible d'optimiser sa mémoire grâce à une bonne hygiène de vie :

- Le sommeil permet d'emmagasiner plus facilement les informations en journée mais aussi de consolider la mémoire de manière durable.
- L'activité sportive participerait, selon de nombreuses études, à l'amélioration des capacités cognitives et de la mémoire.
- Enfin, dans les phases de mémorisation, la déconnexion numérique facilite la concentration et l'accumulation des connaissances.

### | Apprentissage

Deux techniques majeures permettent de travailler sur la mémorisation d'un discours :

- **La répétition** : cette méthode du théâtre était enseignée dans les écoles de rhétorique à Athènes ou à Rome. Il s'agit tout simplement de répéter

inlassablement le texte à haute voix jusqu'à ce qu'il soit complètement assimilé.

- **L'association (mnémotechnique) :** il s'agit de procéder à un travail dans lequel les différentes parties de votre prise de parole seront associées à des images qui vous permettront d'avancer pas à pas dans votre discours.

Ainsi, les Romains associaient à chaque partie d'un discours une pièce d'une maison. Les orateurs se « visualisaient » entrant dans un vestibule (exorde), puis montant un escalier (narration), pénétrant dans une pièce (argumentation)...

## Quelques erreurs à éviter

Dans votre prise de parole, on attend de vous que vous défendiez une position. Cela implique le plus souvent de prendre des risques. Les poncifs et certaines attitudes peuvent parasiter le fond de votre message.

### ■ Les poncifs

Il n'est pas interdit de rechercher des points d'accord avec votre contradicteur. Mais l'utilisation de phrases consensuelles est de nature à plomber et à alourdir votre discours. Exemple en politique : « *Cela n'intéresse pas les Français.* »

### ■ La vulgarité

D'une manière générale, on proscriera tout ce que recouvre le mauvais goût, à commencer par la vulgarité et les blagues douteuses. À vrai dire, la vulgarité sert très rarement votre propos.

### ■ L'arrogance

L'excès de confiance est très mauvais. Peu importe votre auditoire ou votre contradicteur, il ne faut *jamais* les sous-estimer. Même si votre adversaire vous paraît « mauvais », vous ne pouvez jamais être sûr de l'effet que ses arguments auront sur le public.

N'oubliez pas que l'orgueil et l'arrogance peuvent également se manifester dans votre langage corporel (bras croisés, balancement sur la chaise, pieds sur la table). Ces attitudes vous rendent rarement sympathique ou convaincant.

## ■ Et si vous faites face à un interlocuteur arrogant ?

Gardez votre calme. Et montrez que vous contrôlez la situation. C'est un excellent moyen pour rendre fou votre adversaire, qui ne peut que se lancer dans une escalade s'il ne veut pas donner le sentiment d'être faible.



## Le théâtre et la musique comme alliés

À de nombreuses reprises dans cet ouvrage, vous avez pu lire des conseils sur la gestion de la voix, du regard ou du corps qui sont directement inspirés du théâtre et de la musique.

### ■ Le théâtre

La rhétorique et le théâtre ont toujours été liés depuis leur apparition sur les rives de la mer Égée, en Grèce. Les mécanismes des deux disciplines sont proches : raconter une histoire, faire réfléchir et émouvoir avec pour seules armes le corps et la voix.

Alors pourquoi pratiquer du théâtre ?

- Sur la forme, le théâtre vous apprendra à porter votre voix, à vous exprimer avec une élocution parfaite et à gérer votre corps dans l'espace.
- Sur le fond, c'est également un excellent moyen pour vous apprendre à jouer sur la corde sensible et à utiliser des émotions.
- Enfin, la mise en scène nous offre de précieux enseignements sur « ce qui marche » avec un public.

### ■ La musique

Écouter et étudier les paroles des chansons apporte des enseignements précieux sur la manière dont on peut retourner un auditoire en quelques phrases.

Le rythme et les belles paroles marquent parfois plus facilement les esprits qu'un long discours fleuve.

Et les thèmes abordés par les chansons à succès nous apportent également des illustrations sur ce qui constitue « un bon exemple » dans un discours : il s'agit de l'exemple qui portera une résonance personnelle (l'histoire narrée par le chanteur) et universelle (l'histoire à laquelle le public peut s'identifier).

## 68

# Quelques derniers conseils pour aller plus loin

Alors que nous arrivons à la fin de cet ouvrage, il n'est pas inutile de rappeler ce qui fait aussi la beauté de l'art oratoire : il est à la portée de tous. Quel que soit le milieu social ou le niveau d'éducation, tout le monde peut et a le droit de s'exprimer. Parler en public, c'est aussi parfois faire le choix de se libérer de certaines règles.

### ■ Inutile de « tout bien faire » pour convaincre

Le plus important dans une prise de parole, c'est de *convaincre*. Si, par ce souci d'efficacité, vous estimez qu'il est nécessaire de « casser » les codes de l'éloquence, alors il ne faut pas hésiter à le faire.

N'oubliez pas que « *la vraie éloquence se moque de l'éloquence* » (Blaise Pascal).

Lorsqu'un discours sincère nous touche et parvient à nous faire changer totalement d'avis sur une question, peu importe au fond de savoir si ce moment d'éloquence a respecté parfaitement et scrupuleusement les règles de la rhétorique.

Il en est de même pour votre prise de parole : ce que vous devez rechercher, c'est avant tout l'efficacité et la sincérité.

### ■ Apprendre à y trouver du plaisir

C'est sans doute là l'un des conseils les plus importants et utiles pour briller à l'oral : il faut apprendre à aimer cela.

La parole peut être un sujet d'appréhension, mais c'est à vous de transformer cette appréhension légitime en une énergie positive. À vous de trouver des satisfactions à l'idée de prendre la parole. Cela peut être une préoccupation rationnelle (vouloir « convaincre », remporter un contrat), matérialiste (gagner de l'argent), personnelle (exprimer ce que l'on a sur le cœur) ou tout simplement le plaisir de manier la langue.

Désormais, la parole est à vous.

# Bibliographie

## ■ Sur la rhétorique classique

ARISTOTE, *La Rhétorique* (329 et 323 avant J.-C.), Le Livre de Poche, 1991.

CICÉRON, *L'Orateur idéal* (55 avant J.-C.), Rivages, 2009.

PLATON, *Gorgias* (385 avant J.-C.), Flammarion, 2007.

MEYER Michel, *Histoire de la rhétorique des Grecs à nos jours*, Le Livre de Poche, 1999.

## ■ Sur l'argumentation

SCHOPENHAUER Arthur, *L'Art d'avoir toujours raison* (1830), Librio, 2016.

PRIGENT Guillaume, *Avoir raison avec Schopenhauer*, Librio, 2017.

## ■ Sur l'éloquence judiciaire

BADINTER Robert, *L'Exécution*, Fayard, 1973.

BADINTER Robert, *L'Abolition*, Fayard, 2000.

BADINTER Robert, *Contre la peine de mort*, Fayard, 2000.

MAÎTRE MÔ, *Au guet-apens. Chroniques de la justice pénale ordinaire*, Éditions 10-18, 2011.

MARTINEAU François, *Petit traité d'argumentation judiciaire et de plaidoirie*, Dalloz, 2017 (7<sup>e</sup> édition).

## ■ Méthodes

CHARPENTIER Jacques, *Remarques sur la parole*, LGDJ, 2018.

DENIS Séverine, *L'Art de la repartie*, Éditions First, 2017.

FREITAS Stéphane de, *Porter sa voix*, Éditions Robert, 2018.

HAROCHE Charles, *Briller à l'oral pour les Nuls*, Éditions First, 2019.

LÉVY Thierry et BREDIN Jean-Denis, *Convaincre. Dialogue sur l'éloquence*, Odile Jacob, 2002.

PÉRIER Bertrand, *La parole est un sport de combat*, JC Lattès, 2017.

MORLEY Ian, *The Devil's Advocate*, Sweet and Maxwell, 2005.

## ■ Les recueils de discours

ARON Matthieu, *Les Grandes Plaidoiries des ténors du barreau*, Pocket, 2013.

BOUTIN Christophe, *Les Grands Discours du XX<sup>e</sup> siècle*, Champs Classiques, 2009.

CORATO Nicolas, *Grandes plaidoiries et grands procès*, Éditions Prat, 2004.

GARRIGUES Jean, *Les Grands Discours parlementaires. De Mirabeau à nos jours*, Armand Colin, 2017.