

DOSSIER DE PRESSE

LAURA SIBONY

L'ÉCOLE DE LA *parole*

L'ART DE L'ÉLOQUENCE
POUR TOUS !



 hachette
PRATIQUE

Responsable de la communication :
Johanna Rodrigue
Tél : 01 43 92 32 46
Courriel : jrodrigue@hachette-livre.fr
Site : www.hachette-pratique.com

L'ÉCOLE DE LA PAROLE

Ne reculez plus jamais devant la prise de parole !

Que vous soyez intimidé par les interventions en public, tétanisé à l'idée de demander une augmentation, en quête d'inspiration pour écrire un discours émouvant ... ce petit manuel décomplexé vous donne les clés pour briller en toutes circonstances.



LE MEILLEUR DE LA THÉORIE : un condensé ultra pédagogique de conseils et astuces, d'exemples ludiques et d'analyses détaillées.



DE NOMBREUX EXERCICES ET DÉFIS À RELEVER, pour prendre confiance en soi, progresser et maîtriser toutes les ficelles de l'oral.



16 FICHES PRATIQUES DÉTACHABLES qui récapitulent les points clés à garder en tête dans les (plus ou moins) grandes occasions : entretien d'embauche, discours de mariage, small talk, conversation téléphonique, pitch de projet, négociation, concours, etc.



A PROPOS DE L'AUTRICE



Laura Sibony

“ *Surmontez votre timidité et passez maître dans l'art de captiver votre auditoire !* ”

Diplômée de Sciences Po, la Sorbonne et HEC, Laura Sibony était une étudiante réservée. Les concours d'éloquence l'ont aidée à se jeter à l'eau, pour oser prendre la parole.

Gagnante en 2013 à la Sorbonne, en 2016 au Rotaract, puis en 2017 à HEC, elle fonde en 2019 à Paris l'École de la Parole (www.ecoledelaparole.com), pour proposer du coaching et des concours d'éloquence en entreprise.





LE GRAND ORAL DU BAC

*La réforme du baccalauréat met l'accent sur l'oral.
L'épreuve du Grand Oral valorise les discours
synthétiques, informés, critiques et personnels, ceux qui
mettent en jeu le corps, démontrent de l'expertise sur le
sujet traité, et une attention au public.*



LES PRINCIPES DU GRAND ORAL

L'étudiant choisit un sujet en lien avec sa spécialité ou son orientation, académique ou professionnelle. Il doit en montrer les enjeux, pour lui et le monde, face à un jury de deux personnes, dont au moins un enseignant de sa spécialité. Il s'agit donc de présenter un sujet de manière problématisée, de partager un questionnement.



LE DÉROULEMENT DE L'ÉPREUVE

1 Le candidat « s'engage et convainc », en cinq minutes, debout et sans notes. Il se présente, et introduit son sujet, sa problématique et ses enjeux. Cette première partie compte pour la moitié de la note.

2 Le jury échange avec le candidat pendant dix minutes, autour de sa présentation. Les deux jurés peuvent poser des questions sur le contenu, sur le mémo remis par le candidat, et approfondir le sujet.

3 Le jury formule des recommandations, et laisse le candidat revenir sur son propos, avec un autre point de vue. Cette dernière partie, notée sur cinq points, permet de juger la capacité du candidat à rendre sa réflexion apparente, à parler en pensant, lorsqu'on lui demande par exemple de se mettre à la place d'une partie prenante, de développer un exemple ou un cas particulier, de suggérer une nouvelle application, ou d'adapter une nouvelle perspective à son sujet.

Par ces trois épreuves, le jury juge l'éloquence, la rigueur et la pédagogie du contenu, l'écoute, les capacités d'improvisation et d'inventivité.



LE BARÈME

Tout au long des trois phases de l'épreuve, le jury évalue trois compétences fondamentales :

➔ **PARLER DEBOUT DEVANT LES AUTRES EN RESPECTANT LE TEMPS IMPARTI, SANS NOTES ;**



⇒ **SOUTENIR UN PROPOS EXACT, CLAIR ET PERTINENT ;**

⇒ **ÊTRE EN INTERACTION AVEC L'AUDITOIRE (LE JURY).**

ÉTAPE 1 - S'engager et convaincre :
10 points

ÉTAPE 2 - Dialoguer avec le jury :
5 points

ÉTAPE 3 - Revenir sur sa réflexion :
5 points

Pour chaque étape, vous serez jugés sur les critères suivants :

⇒ **MOBILISATION DES RESSOURCES PHYSIQUES :**

① Respect du temps imparti, fluidité, gestion du stress, engagement vocal, coordination physique.

② **ET** ③ Rester mobilisé, disponible et tonique.

⇒ **CLARTÉ ET PERTINENCE DU PROPOS :**

① Propos clair et explicitant de façon convaincante et pertinente les enjeux.

② Précision ; maîtrise des contenus ; rigueur intellectuelle ; réflexion personnelle.

③ Capacité à revenir le cas échéant sur son propos et à l'enrichir ; mobilisation des arguments les plus pertinentes dans une approche différente ; inventivité.

⇒ **QUALITÉ DE L'INTERACTION :**

① Propos rythmé tenant compte de l'auditoire ; maîtrise des silences ; regard qui écoute.

② Écoute des questions ; réflexion ; à-propos ; parole qui s'élabore au moment où elle se dit.

③ Capacité d'adaptation ; appropriation des conseils ; tempo juste ; capacité à établir des connexions.



SE PRÉPARER

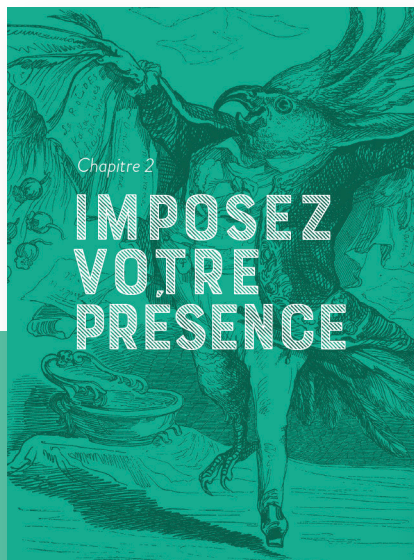
★ **Le Grand Oral évalue des compétences multiples**, qui contribuent à une bonne présentation critique, intelligente, accessible à son public. Il demande à la fois : de préparer avec rigueur et application la partie présentation – d'être prêt à improviser et suivre une pensée naissante, dans la partie d'interaction.

★ **Il faut surtout éviter la récitation**, qui donnera au jury l'impression que vous n'avez pas compris le but de l'exercice, et vous enfermera dans un débit dont il vous sera difficile de sortir pour répondre aux questions.

★ Enfin, si vous pratiquez régulièrement la prise de parole, et que vous êtes confiant dans votre capacité à répondre à toutes les questions, vous n'aurez qu'à mettre des mots sur votre pensée, forcément structurée sur la partie présentation, et plus critique, mais informée, dans la partie d'interaction.



EXTRAITS



Chapitre 2

IMPOSEZ VOTRE PRESENCE

« Exagérer, c'est commencer d'inventer. »

Slogan de mai 68

Le mot charisme a la même origine que charité : il vient du grec « χρις (χρισμα) », qui signifie le don, la grâce. Si l'on ne peut travailler la grâce, on peut l'imiter. La nature ne vous a pas doté d'1 m 90, d'une carrure de rugbyman et d'un coffre de ténor ? Cela ne vous empêchera pas de captiver les foules. Démosthène était bègue, Churchill zézéyait, et l'on a retrouvé des photos qu'utilisait Hitler pour travailler sa posture avant les discours qui ont eu le triste succès que l'on connaît. L'éloquence est un art où les dispositions naturelles, le talent, l'inné ont leur part, mais elle a également ses techniques, et ce qui apparaît souvent comme un défaut peut y devenir une force, pourvu qu'on sache en jouer. La présence, c'est tout ce que se joue avant même d'ouvrir la bouche, tout ce qu'on peut lire de vous dans votre posture, votre regard, vos silences. Une bonne maîtrise de soi nécessite une maîtrise de tous ces éléments, dès l'entrée sur scène.

CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE (ET COMMENT L'ÉVITER)

ÉVITEZ D'EN FAIRE « TROP ».

La ligne est fine du comique au guignol ! Trop de gestes, ou des gestes précipités, un débit trop rapide, une surcharge de blagues sans en attendre l'effet vous feront perdre en prestance, et donc en légitimité face au public.

CONTRÔLEZ LES TICS et autres mouvements parasites.

Pour cela, pensez à revenir à votre position d'ancrage (voir p. 19).



CE QU'IL FAUT FAIRE

MAÎTRISEZ VOTRE VOIX.

Pour éviter qu'elle ne tremble, et pour vous épargner les tics langagiers, les mots qui vous échappent et les « euh », travaillez votre message, et surtout, RA-LEN-TIS-SEZ ! Vous trouverez plus facilement votre « voix de poitrine » en respirant par le thorax : posez une main sur votre thorax, une main en cornet entre votre bouche et votre oreille, et écoutez-vous, en faisant attention à respirer par le ventre, sans lever les épaules.

CONDENSEZ.

Dites-en moins, mais mieux ! Concentrez-vous sur l'essentiel : que voulez-vous dire, qu'est-ce que le public doit retenir ? Le charisme est dans la sobriété et l'efficacité !

Ralentissez.

Le débit, la diction, les gestes. Prenez le temps d'articuler. Cela vous aidera aussi à anticiper les tics de langage et les « euh », afin de les éviter, ou au pire de les remplacer par des pauses.

PRÉPAREZ-VOUS.

On raconte beaucoup d'histoires sur la technique de Démosthène : bègue, il s'était entraîné à faire porter sa voix face au bruit des vagues, avec des cailloux dans la bouche pour forcer la prononciation ; pour combattre un tic à l'épaule, il avait placé une épée sous son assiette, qui le blessait chaque fois que le tic le reprenait ; enfin, il s'était rasé la barbe et le crâne pour ne pas être tenté de quitter la cave où il révisait ses discours. Un bel exemple de persévérance dans la pratique !

DÉFI

Quel est votre proche, ami ou parent, le plus charismatique ?

Faites un « Je te tiens, tu me tiens par la barbichette » avec elle ou lui !



Chapitre 3

QUE FAIRE DE SES MAINS ?

« La main est le tranchant de l'esprit. »

Desmond Morris

On me demande souvent que faire de ses mains en discours. Voilà bien une question qu'on ne se pose que sur scène ! Les mains sont sur-sollicitées dans les sociétés actuelles, presque constamment en mouvement – voyez la difficulté à faire sécher du vernis à ongles sans l'abîmer –, elles ont développé une force et une agilité incroyables. Elles servent à saisir, frapper, déchirer, comme à jouer de la harpe, caresser ou taper sur un clavier. Leur précision et leur sensibilité sont telles que des langages entiers reposent sur elles : le braille nécessite une virtuosité du toucher égale à celle de la vue, et la langue des signes atteint un raffinement dans l'expression et les nuances comparable à celui des mots articulés.

Ne négligez pas d'utiliser vos mains pour ponctuer, clarifier, illustrer et soutenir votre discours. Et n'oubliez pas qu'elles sont attachées aux bras, qui peuvent aussi être de précieux soutiens pour vos idées, et surtout pour le sous-texte, en faisant apparaître l'énergie et l'intention derrière les mots : vos gestes peuvent exprimer la victoire, la bienveillance, la sincérité de vos paroles.

En improvisation, mains et bras vous seront aussi d'un grand secours : un geste remplace un mot qui ne vient pas, souligne et énergie l'expression qui n'était pas assez forte, et quelquefois l'inspire. Il permet de graver dans la mémoire des situations, des idées, et de les faire vivre sur scène.



Aucune reproduction ne sera autorisée sans l'accord de l'éditeur

Responsable de la communication :
Johanna Rodrigue
Tél : 01 43 92 32 46
Courriel : jrodrigue@hachette-livre.fr
Site : www.hachette-pratique.com

 hachette
PRATIQUE



CE QU'IL NE FAUT PAS FAIRE (ET COMMENT L'ÉVITER)

ÉVITEZ DE PARAÎTRE TROP RIGIDE.

Concentrez-vous sur le discours, pas sur vos mains ! Il est par exemple déconseillé de garder les bras croisés, qui donnent un sentiment de fermeture et gênent vos mouvements ; mais si les bras croisés vous semblent plus naturels, ce sera toujours mieux que de distraire votre attention et celle du public par des mouvements parasites.

NE CACHEZ PAS VOS MAINS.

Cela donne un signal de fuite ou de fermeture, comme pour dire que vous refusez la conversation. Surtout, ce serait dommage de les garder dans vos poches ou sous les aisselles quand elles peuvent être si expressives !

-28-

Ne tenez pas vos fiches, si vous en avez.

Cela risquerait de les faire trembler, et donnerait à voir et à entendre votre nervosité. Si vous ne pouvez pas vous en passer, réduisez-les au minimum, et gardez-les sur une table ou un pupitre.

NOTES OU PAS NOTES

Dans l'idéal, vous n'avez pas de fiches, ou alors juste quelques notes. Si votre discours est écrit, imprimez-le en gros caractères, uniquement au recto, sur des demi-pages, et avec un grand espacement. Essayez d'étaler vos notes sur une table ou un pupitre, pour éviter d'avoir à tourner les pages. Sinon, tournez les pages sans regarder, pendant que vous parlez. Les avocats jettent quelquefois par terre les pages qu'ils viennent de dire, pour ne pas s'emmêler dans le fil du discours : essayez, l'effet est des plus dramatiques !

CE QU'IL FAUT FAIRE

RENDEZ VOTRE DISCOURS VISUEL.

Les mains servent à montrer les chiffres, la direction, à faire du mime, à suggérer des silhouettes...

PONCTUEZ AVEC LES MAINS.

Elles peuvent rendre visible l'opposition ou l'alternative (les mains en balance), le rassemblement (en joignant les mains), la bienveillance (en ouvrant les bras), la précision (Angela Merkel appuie souvent ses discours d'un martèlement des mains jointes en triangle, avec les pouces et les index qui se touchent), la victoire et l'assurance (en levant les bras), etc. Le célèbre « Parce que c'est notre projet » d'Emmanuel Macron tire sa force du geste qui l'accompagne, bras levés avec énergie. Qu'on l'aime ou qu'on le déteste, cela l'a rendu mémorable.

-29-



« Le trac, cela vient avec le talent. »

Sarah Bernhardt

Le trac, c'est le doute, l'appréhension avant d'affronter le public. On veut donner le meilleur de soi-même, mais le public le comprendra-t-il ? Sera-t-on assez bon ? Le trac peut être un moteur, la montée d'adrénaline qui retombe pendant les applaudissements, le coup de pied aux fesses qui force à avancer : faites-en un allié ! Il est un animal énergique mais bienveillant, qui s'apprivoise, petit à petit, avec la pratique et la confiance.

Le stress, lui, est un animal plus agressif, imprévisible et possessif. On ne le dompte pas sans préparation et volonté. Il naît de la peur d'être jugé, de la réserve, de la honte de se montrer et de parler. Il fait battre le cœur, sèche les lèvres, colle la langue au palais et serre l'estomac. Ne le laissez pas grandir : respirez calmement, regardez les gens dans les yeux, surveillez votre posture, et surtout rappelez-vous que le public ne vous juge pas, mais vous écoute.

-37-

ASSUMEZ (ET EXAGÉREZ) !

ON N'ATTRAPE PAS LES MOUCHES AVEC DU VINAIGRE !

Un discours monotone, non seulement n'est pas apprécié, mais il n'est pas retenu, et encore moins compris. Faire un discours vivant et agréable, ce n'est pas « le plus » qui viendra magnifier vos idées brillantes ou votre raisonnement imparable, c'est la base, qui les rendra audibles. Bonne nouvelle : avec un peu de pratique, il vous sera plus naturel de faire un discours spontané et animé qu'une lecture monotone.

Lorsqu'on est sur scène et qu'on a accepté de se prêter à l'exercice d'un partage d'information en public, face au regard des autres, le plus ridicule serait de refuser de l'être. Vous ne jouez pas le jeu si vous refusez absolument la possibilité d'être ridicule !

Les grands acteurs et orateurs exagèrent toujours un peu, pour dépasser la barrière de la scène : ils parlent légèrement plus fort que nécessaire, forcent la posture, font durer les silences, articulent avec soin. Mais vos attitudes aussi prendront plus de force si elles sont légèrement exagérées : poussez vos raisonnements jusqu'au bout, votre énergie au-delà de la simple conversation, vos figures de style à l'hyperbole. Imaginez que vous maquillez votre discours : les lèvres un peu plus rouges pour les rendre plus sensuelles, les cils un peu plus noirs pour les rendre plus séduisants, vous ne changez rien, vous forcez juste un peu le trait !

APPRENEZ À DOSER.

L'équilibre est évidemment difficile à trouver entre drôle et ridicule. Vous pouvez multiplier les blagues, mais jusqu'où ? Cela ne dépend pas du type de discours : il y a des conférences sur l'hémérotique de l'art passionnantes, et des one-man shows qui tombent à plat. Cela dépend du public : soyez attentif à ses réactions, quittez les signes de l'ennui.

-38-

L'ASTUCE

Pour se mettre en condition et influencer positivement le public, les premières secondes sont essentielles ! Elles commencent avant que vous n'ayez ouvert la bouche. Imposez votre présence avant votre discours, pour asseoir votre légitimité et vous rassurer. On dit souvent que « le silence après du Mozart, c'est encore du Mozart »... mais le silence avant du Mozart prépare à du Mozart !

SOYEZ À L'ECOUTE

Le bon orateur, c'est celui qui sait dire « à vos souhaits » à quelqu'un qui s'éternise pendant son discours. Il est attentif au public et « en phase » avec lui : il y a entre eux une relation organique, qui passe par des soupirs, des regards, des bâillements, par mille petits signes, et qui leur permet de partager les mêmes émotions. Un orateur passionné est passionnant, pour la même raison qu'un orateur qui s'ennuie ennue le public !

Si possible, discutez avec le public avant votre intervention. Saluez les participants, demandez-leur ce qu'ils attendent du discours, posez des questions. Vous les connaîtrez mieux, ils se sentiront plus proches de vous et ils vous impressionneront moins !

DEMANDEZ-VOUS SURTOUT POURQUOI VOUS ÊTES LÀ.

Pour faire passer un message pertinent et qu'il soit retenu, pas vrai ? Vous en êtes le chef d'orchestre, vous y ajoutez les trémolos, la passion, l'énergie, mais vous avez besoin des instruments : de vous-même, en apprenant à contrôler votre stress et à faire du trac un allié, et du public ou de la personne en face de vous, qui devient non plus un juge mais un partenaire.

-39-

« Fais rire le public.
Dissipe son ennui.
Et s'il te méprise et
t'oublie s'il qu'il a
passé la porte, ça ne
fait rien. On oublie
toujours ceux qui vous
ont fait du bien. »
Sacha Guitry



Chapitre 5

LE PUBLIC EST UN PARTENAIRE, PAS UN JUGE !

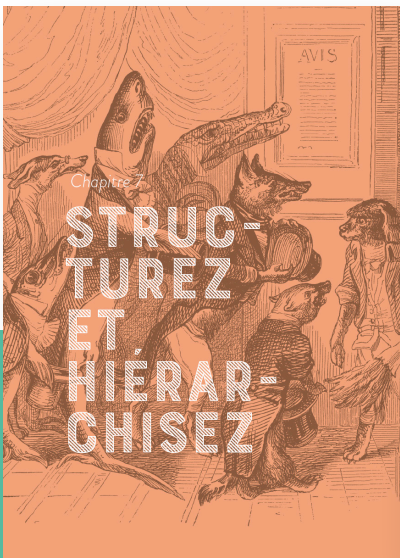


Aucune reproduction ne sera autorisée sans l'accord de l'éditeur

Responsable de la communication :
Johanna Rodrigue
Tél : 01 43 92 32 46
Courriel : jrodrigue@hachette-livre.fr
Site : www.hachette-pratique.com



EXTRAITS



« L'éloquence est née avant les règles de la rhétorique, comme les langues se sont formées avant la grammaire. »

Voltaire

Perdu devant un sujet imposé ? Ressortez vos cours de philo ! Depuis sa naissance, la philosophie est liée à la sophistique. Les premiers philosophes donnaient des cours de rhétorique : ils enseignaient une grammaire de la pensée destinée à manier les idées et les arguments, pour convaincre les foules à l'Agora ou les juges au tribunal.

Aristote fait reposer la conviction sur trois piliers : l'ethos, le pathos et les logos. L'ethos, c'est l'image que vous donnez, ce que vous dégagez, vos valeurs. Le mot a donné l'éthique, en français. Le pathos, c'est l'émotion, ce qui va remuer les passions fortes, l'énergie que vous saurez donner à votre discours. Et le logos est la raison, l'argumentation logique. Ces trois ingrédients, en proportions diverses, rentrent tous dans la préparation d'un bon discours.

IDENTIFIEZ LE MESSAGE

FORMULEZ-LE SIMPLEMENT.

Vous ferez votre discours à l'oral, ne passez pas trop de temps à le travailler à l'écrit ! Il suffit par exemple d'en parler à un ami, de dire simplement, sans se perdre dans les détails ni les formules : « Voilà, j'ai dû faire un discours pour le mariage de ma sœur, et je veux montrer tout ce qu'elle a d'unique, tout ce qu'elle m'a apporté, et lui souhaiter le meilleur. » Votre plan est déjà fait !

Ou bien : « Je dois présenter le nouveau produit de mon entreprise devant des responsables du secteur. Je veux prouver qu'il est meilleur que ce qu'on trouve sur le marché. » Là, vous avez l'enjeu (convaincre les responsables

du secteur) et le message (votre produit est meilleur), mais plusieurs approches possibles : critiquer ce qui se fait sur le marché, comparer votre produit à ce qui existe déjà, revenir aux attentes du consommateur...

Tous les discours tiennent en quelques phrases : il s'agit toujours de convaincre quelqu'un, raconter quelque chose, défendre une idée, illustrer un principe, enseigner une leçon... Sachez les rendre évidentes ! Chaque type de discours a un plan naturel.

EXERCICE

Faites un dessin assez simple. Sans le montrer, expliquez à un ami comment le reproduire, étape par étape, puis demandez-lui de le dessiner. Si vos explications étaient suffisamment claires et précises, les deux dessins devraient se ressembler !

ÉTAYEZ PAR DES IDÉES

Vous savez précisément pourquoi vous prenez la parole ? Il est temps de détailler le deux ou trois idées qui soutiennent votre message. Dans le cas le plus courant du discours argumentatif, vous voulez convaincre quelqu'un de quelque chose : cherchez les deux ou trois arguments principaux, et détaillez-les.

Pourquoi deux ou trois ? C'est une structure à laquelle nous sommes habitués depuis l'école, issue de la philosophie dialectique. Un argument serait trop peu, on pourrait facilement le contrer, quatre arguments commencent à faire beaucoup, si votre public ne prend pas de notes, et lui donnerait l'impression d'écouter un catalogue. Avec deux idées vous pouvez créer une tension, avec trois esquisser une résolution, et surtout prouver que vous avez su faire le tri. Gardez les autres idées pour la suite !

BRAINSTORMEZ !

Le brainstorming reste le meilleur moyen de trouver les arguments. Écrivez toutes les idées qui vous passent par la tête en soutien de votre message, faites-vous si possible aider, ou demandez de l'inspiration, et ne vous jugez pas ! Évitez autant que possible les réflexions comme « Non, ça me mènerait trop loin » ou « Je maîtrise mal cette notion » : notez tout !



VOUS ÊTES PLUS CRÉATIF QUE VOUS NE LE PENSEZ.

Si vous manquez d'inspiration, vous pouvez bien sûr vous référer à ce qui a déjà été dit ou écrit sur votre sujet, c'est toujours une excellente manière de nourrir votre réflexion. Vous pouvez aussi chercher des idées créatives par la fécondation avec d'autres disciplines : lisez autre chose, pensez à autre chose, étrez-vous l'esprit avant de revenir à votre brouillon. Il y a aussi de la créativité à faire le chemin inverse, à revenir en amont de la réflexion, et à remettre en cause les principes mêmes de votre sujet. Vous devez parler de l'Union Européenne ? Demandez-vous ce qui se passerait si l'Union Européenne n'existait pas. Du produit phare de votre entreprise ? Pensez aux conséquences s'il disparaissait, ou s'il n'avait jamais été inventé.

FAITES APPARAÎTRE LES GRANDES IDÉES.

Une fois que vous avez toutes les idées, bonnes ou mauvaises, folles et rationnelles, importantes et anecdotiques sous les yeux, prenez un stylo et barrez, si vous êtes du genre à faire le vide ; ou prenez un surligneur et entourez le plus pertinent, si vous n'aimez pas raturer. Il faudrait qu'apparaissent deux ou trois idées-phares, auxquelles peuvent s'en rattacher d'autres, au titre d'explication, de continuation, d'exemple, ou d'illustration.

De chaque idée importante, tirez la chaîne logique.

Vous serez ainsi certain de n'oublier aucun maillon. Il suffit de se demander, devant chaque idée : « Pourquoi ? » Vous défendez la supériorité de votre produit, parce qu'il est moins cher que les concurrents. Soit, mais pourquoi est-il moins cher ? Parce qu'il est produit avec des éléments locaux. Et pourquoi les éléments locaux sont-ils moins chers ? Parce qu'il y a moins de frais de transport, etc. Toute la chaîne ne sera pas utile, mais au moins vous pourrez être sûrs de ne pas avoir fait d'assertions infondées ! Vos parades sont prêtes, face à toute contradiction.



HIÉRARCHISEZ CES IDÉES

Attaquez le discours avec votre meilleur argument, et concluez-le avec une idée-choc : gardez les arguments plus faibles au milieu. Les orateurs grecs recommandaient cet ordre dit « nestorien », parce qu'il reprend l'organisation de l'armée du mytheique Nestor, qui plaçait ses soldats d'élite sur le front, ses meilleurs archers dans les dernières lignes, et ses soldats les moins fiables au milieu, pour éviter les désertions.

ÉVITEZ AUTANT QUE POSSIBLE LES DISCOURS-CATALOGUES.

Il se contentent d'accumuler des idées sans les mettre en tension, sans les lier ou les articuler. Adoptez plutôt un plan de gradation croissante, de l'argument le plus faible au plus fort, ponctué par les conjonctions « tout d'abord », « encore plus » et « surtout ». Ou un plan décroissant, en entonnoir, en commençant par l'essentiel, puis en développant. Parmi les plans classiques, vous trouverez aussi le plan chronologique, particulièrement utile dans la narration ; le plan anti-chronologique, lorsque vous racontez un parcours (de la fin au début) ; le plan thématique qui explore les différents aspects d'une question, par exemple l'aspect politique, économique ou social.

ILLUSTREZ ET EXEMPLIFIEZ

Un argument, un exemple !

C'est le principal défaut des discours préparés : ils sont trop abstraits. Évidemment, à l'écrit, quand on a réfléchi à la question et qu'on peut se relire, tout paraît plus clair. Mais pensez que votre public ne peut que vous voir et vous entendre, qu'il pense peut-être à autre chose, qu'il peut être fatigué, ou ne rien connaître au sujet dont vous lui parlez. C'est votre devoir d'orateur de lui fournir des images, des exemples, des histoires qui captent son attention, relâchent la tension de la réflexion, et dont il pourra se servir comme d'incres dans sa mémoire. La règle n'est pas absolue, mais elle donne un bon équilibre : pour chaque idée avancée, essayez de trouver une anecdote, une formule, une comparaison imagée. Votre public vous en sera reconnaissant !

DÉFI

Vous avez une balance et neuf pièces de monnaie. L'une d'entre elle est fautive, elle est plus lourde que les autres.

Expliquez comment trouver la pièce fautive en deux pesées. Votre explication doit durer moins d'une minute (chronométrez-vous !) et être compréhensible par un enfant.

C'est le moment d'apprendre la logique mathématique à votre petite nièce ou à votre cousin !



Aucune reproduction ne sera autorisée sans l'accord de l'éditeur

 **hachette**
PRATIQUE

Responsable de la communication :
Johanna Rodrigue
Tél : 01 43 92 32 46
Courriel : jrodrigue@hachette-livre.fr
Site : www.hachette-pratique.com

LAURA SIBONY

L'ÉCOLE DE LA *parole*

L'ART DE L'ÉLOQUENCE
POUR TOUS !



Prix : 12,90€ TTC France

Parution : disponible



 hachette
PRATIQUE

Responsable de la communication :
Johanna Rodrigue
Tél : 01 43 92 32 46
Courriel : jrodrigue@hachette-livre.fr
Site : www.hachette-pratique.com