

# Plan de Rhétorique de Cause.

## Mets du style dans tes discours

La vie est trop courte pour faire de mauvais discours.

Voici un plan à suivre, pas à pas, pour des discours qui stimulent le corps et nourrissent l'esprit de ton public. Entraîne-toi à le décliner sous la forme de présentation, de conférences, de vidéos, d'articles et de billets que tu publies sur les réseaux sociaux.

### Les règles

- Un discours digne d'intérêt part d'un problème et propose une solution.
- Le problème et la solution doivent être présentés au corps (il faut qu'on ressente) et à l'esprit de son public (il faut qu'on comprenne).
- Ce qui captive, c'est le contraste. C'est en jouant sur le style que tu vas créer ce contraste et éviter de tomber dans la monotonie.
- Tes discours doivent se conclure par un appel à l'action. Mais l'appel à l'action doit être la première chose que tu détermènes : quel est ton objectif ? Quelle action tu veux persuader ton public d'accomplir ?

### Le plan

#### 1. Décrire un problème

Imagine qu'au-lieu de commencer tes discours par « aujourd'hui, je vais vous parler de », tu tentes quelque chose de plus audacieux : « C'était un gris matin d'hiver »...

Avant de dire, commence par montrer. Tu dois mettre le problème sous les yeux du public.

Par exemple, si je pense que le monde sera meilleur quand on protégera un peu plus les espèces animales, je peux rappeler que la population d'animaux sauvages s'est réduite de 60 % en 40 ans.

Le problème, c'est que les chiffres sont abstraits, désincarnés.

Si je veux vraiment remuer les tripes de mon public, le sortir de l'apathie, le disposer à l'action, je dois également travailler sur la dimension *qualitative* du problème. Démontrer l'importance

du problème est une chose, encore faut-il en *montrer* la gravité. Je peux alors faire un zoom sur un cas particulier.

As-tu déjà vu un puma oriental ? C'est une petite bête magnifique qui mêle la souplesse du chat et la noblesse de la panthère. Avec son pelage couleur cuivre, ses oreilles en pointe, ses yeux d'or et son regard mi-surpris, mi-résigné, il s'est officiellement éteint en 2018.

Plutôt qu'une description, tu peux également avoir recours à une métaphore. Un militant écologiste pourrait par exemple nous décrire comme des homards à feu doux...

À toi de jouer, c'est le premier temps de ton discours, c'est l'occasion de débrider ton style.

## 2. Présenter un diagnostic

Tu marques ensuite une première rupture dans le style et dans le ton. C'est un point très important.

Si les discours de la plupart des militants sont pénibles à entendre, aussi juste que soient les causes qu'ils défendent, c'est qu'ils sont prisonniers de la dimension qualitative de leurs problèmes. Et il y a un risque, quand tu fais un discours problème/solution de rester bloqué dans les affects associés au problème (colère, indignation etc...) et de prendre ton public en otage avec des émotions négatives.

Oublie le style, range ton *ethos* de militant, mets-toi dans la peau d'un chercheur, d'un médecin ou d'un enquêteur : ton objectif est maintenant d'aider ton public à mieux comprendre le mal qui le ronge. Ton objectif est de le nourrir intellectuellement. Plus d'envolées lyriques, il s'agit d'être factuel : trouve des chiffres et des études, tu es maintenant au service de la connaissance.

Voici des questions auxquelles tu peux essayer de répondre pour te guider dans cette phase :

- Est-ce que je dispose d'éléments pour quantifier le problème ?
- Où le problème se manifeste ?
- Depuis quand ? À quelle fréquence ?
- Qu'est-ce qui aggrave le problème ?
- Qu'est-ce qui améliore la situation ?
- Est-ce que l'on a déjà connu quelque chose de comparable ?
- Qu'est-ce qui a déjà été fait pour le résoudre ?

## 3. Justifier une solution

Tu es toujours dans le cœur de ton discours et tu es toujours dans un *ethos* d'expert : tu es calme, tu es serein, tu es factuel. Quand tu justifies une solution il faut absolument éviter les figures de style. Si tu fais ça, tu passes pour un marchand de tapis ou pour un moulin à langue de bois. Tu vas, bien sûr, remettre du style par la suite mais il s'agit d'abord de *prouver* que ta solution fonctionne.

Pour ce faire, apporte des réponses – de préférence sourcées – à au moins deux des questions suivantes :

- La solution est-elle faisable ?
- La solution est-elle pratique ?
- La solution est-elle appropriée au problème qu'elle vise à résoudre ?
- Existe-t-il des solutions alternatives ?
- Quels sont les coûts et les bénéfices à envisager ?
- Est-ce le bon moment ?
- Est-ce qu'il soulève des problèmes éthiques ?

## 4. Décrire une utopie

Maintenant que tu as fait l'effort de diagnostiquer un problème et de mettre à l'épreuve une solution, il est temps de rêver à un monde meilleur. Laisse filer ton imagination, plonge-toi dans un monde où ton public appliquerait tes solutions. Perçois tous les bénéfices, toutes les retombées positives. Partage le fruit de voyage avec ton public.

## 5. Appeler à l'action

Redescends, et explique très clairement quelles actions concrètes il doit accomplir pour contribuer à mettre en œuvre cette solution.

## 6. Savoir conclure

Il est temps de galvaniser une dernière fois ton public avec une figure de style.

Les figures de style ont quelque chose de magique.

De part leurs effets de parallélisme et de répétition elles donnent un côté mystique à notre parole, comme si nous énoncions des vérités éternelles.

Voici deux figures de répétition :

**Anaphore :**

« Paris ! Paris outragé ! Paris brisé ! Paris martyrisé ! Mais Paris libéré ! » (Charles de Gaulle, extrait du discours du 25 août 1944, à la suite de la libération de Paris)

**Polysyndète :**

« Notre voyage va être long et il va être difficile et il sera dangereux mais nous serons prêts et nous serons unis »