

I. Introduction :

L'histoire de la **communication** est aussi ancienne que l'histoire de **l'humanité**. Depuis les origines, l'homme a eu besoin de communiquer.

Que ce soit à l'aide de signaux visuels ou de signaux sonores, l'homme a toujours tenté de vaincre les distances et de mettre en place une transmission rapide de l'information.

Lorsqu'on parle, on écrit ou on sourit, on communique. Lorsqu'on écoute, on lit ou on regarde, on communique. La communication nous entoure. C'est notre destin. On ne peut pas ne pas communiquer parce qu'on partage tous un même espace (maison, classe, bus, café...).

La communication est un phénomène complexe (concret donné par nature) parce qu'on désigne à travers ce terme des objets extrêmement divers,

En effet, La communication est un terme transitif. Elle est au début de sa définition souvent associée à un autre élément, on parle de communication de..., Communication à....

C'est un terme fonctionnel. Au XVIII^{ème} la Communication n'est pas un concept, c'est un moyen de transmettre.

On voit ensuite une évolution sémantique de la Communication.

On définit la Communication comme une science et un mythe. Il a été dit pour définir la communication :

« Plus il y a de communication, plus il y a de démocratie » de même « plus de communication, égal plus de technologie »

Un monde moderne demande alors plus d'information et de communication. D'où l'idée que plus il y a d'information et de communication plus une société est développée.

II. Définition de la communication :

Selon Larousse : est une action, un fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui, c'est une action de communiquer, de transmettre quelque chose à quelqu'un.

Etymologiquement, Le mot « communiquer », « communicare » en latin donne l'idée de la relation à l'autre (com=avec). Le terme communication est donc une interaction entre au moins deux personnes. C'est un échange d'informations significatives, un dialogue.

La définition de la communication implique :

- Deux ou plusieurs personnes.
- Qui se rencontre directement dans une situation de face à face.
- Et qui utilisent comme moyen de la communication qui s'engage, la parole.

Autrement dit, la communication est la production d'un message qu'un émetteur transmet à un récepteur par le biais d'un langage, d'un code, d'un signe.

La communication suppose un contrat de communication entre l'émetteur et le récepteur.

Ce contrat comprend :

- la définition de la situation
- l'intention de communication de l'émetteur

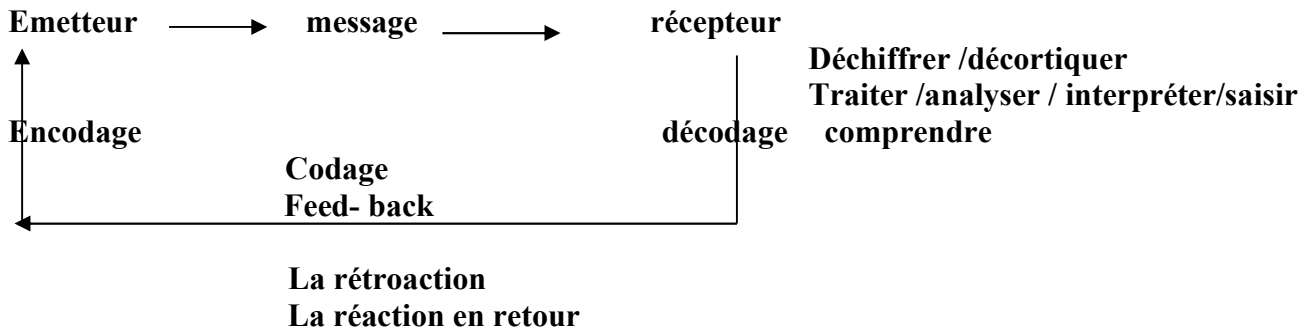
Dans cette situation les personnes sont physiquement présentes, l'échange qui se crée est instantané, l'interaction est immédiate : à une parole répond une autre parole ou un geste ou une attitude.

III. Les éléments de base de la communication :

1-Schéma d'Aristote :

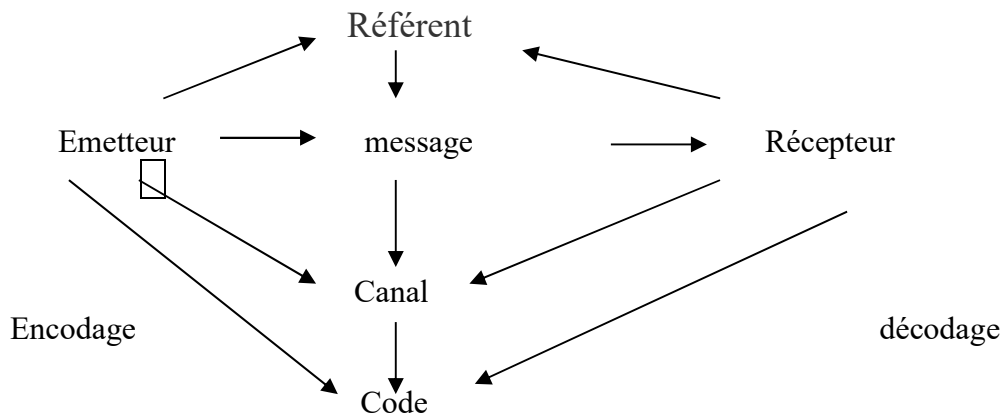
Emetteur → message → récepteur

2- schéma schannon et weaver : 1949



3- schéma R. Jakobson :

R. Jakobson est le premier linguiste qui a conçu un modèle qui permet de réfléchir sur la communication et qui permet de comprendre les nombreux facteurs intervenant dans chaque situation de communication. 1969



-Emetteur : destinataire, locuteur, sujet parlant, où scripteur. C'est celui qui initie le processus par le biais de l'idée qu'il veut transmettre destinataire. C'est celui qui émet le message.

-Le récepteur : destinataire, l'auditeur, interlocuteur. Son premier rôle est d'écouter le message émis par le premier, puis de le décoder, un bon récepteur est celui qui a développé le sens de l'écoute.

-Le message : l'objet de la communication, c'est une séquence de signaux (sons, mots, phrases, etc.) Dont la substance est l'information que l'émetteur veut partager avec le récepteur.

- Le canal : le moyen technique de la transmission de la communication, on l'appelle aussi le véhicule ou le médium. Le canal peut être écrit : lettre, note, graphique, image... ; orale : entretien, réunion, téléphone ... ; audiovisuel : conférence ; Télévision.

-Le code : la langue, le point commun nécessaire entre l'émetteur et le récepteur, pour exprimer son message, l'émetteur doit le traduire dans un langage que le récepteur comprend. Le code peut être défini comme étant l'ensemble des conventions établies par une communauté pour communiquer. Les langues représentent le code le plus utilisé par les êtres humains

-Le référent : c'est le contexte partagé entre le destinataire et le destinataire, nécessaire à une bonne compréhension de message, c'est la situation, les objets réels auxquels renvoie le message.

Il existe deux types de référents :

- Le référent situationnel :

Éléments de la situation de l'émetteur et du récepteur et des circonstances de la transmission d'un message. Ex : « posez vos crayons sur les tables ». Message renvoyant à une situation spatiale, temporelles, et à des objets réels.

- Le référent textuel :

Éléments du contexte linguistique. L'exemple du roman, rare allusion à la situation du romancier, au moment de la production (écriture) du roman, à celle de destinataire (futur lecteur) ; les éléments de roman renvoient à d'autres éléments de roman, définis dans le contexte du roman (ex : du personnage Frédéric ne renvoie pas à une véritable personne nommée Frédéric, mais à un personnage du roman G. Flaubert, l'Education Sentimentale)

-**Le cadre de référence** : c'est l'ensemble des idées, des opinions, des valeurs et des sentiments...etc, propres à un individu et qui influencent la manière dont celui-ci interprète un message reçu. La communication est toujours simple entre individus ayant le même cadre de référence.

-Le feed-back : rétroaction, réaction en retour, c'est l'élément de contrôle et de vérification en ce sens qu'il permet à l'émetteur de vérifier que le récepteur a compris le message

a) Le rôle de l'émetteur :

- dispose de l'information
- conçoit le message
- choisit le code
- choisit un canal : direct la voix, indirect un moyen technologique ou technique (média, radio, télévision).
- émettre le message

b) Le rôle de récepteur :

- reçoit le message
- décode le message
- interprète le message
- réagit le message
- avoir une réaction

IV. Les fonctions de la communication :

- la fonction expressive : où émotive centré sur le destinataire ou l'émetteur, consiste à informer l'émetteur sur la personnalité de celui qui transmet le message : la volonté d'exprimer les pensées c'est le rôle des émotions qui entre en jeu, il se réfère à des intonations « je », « nous », « les interjections ».ex : «comme c'est agréable de sentir la douceur de ce vent sur la peau », « je rougis de satisfaction ».
- la fonction conative : où incitative cette fonction va efforcer le destinataire à agir sur le destinataire (inciter à écouter, à agir), il renvoie aussi à toutes les tentatives visant à influencer le récepteur ex : « formez des équipes de travail », « entrez ne vous inquiétez pas trop »
- la fonction phatique : cette fonction est relative au contact, elle permet de provoquer et de maintenir le contact, elle sert à manifester « l'orientation du message ou le prolongement du contact ex : « Allo ! », « écoutez bien », bonjour, il fait beau ce matin »
- la fonction poétique : cette fonction est centré sur le message au niveau de contenu et de la forme, elle porte sur la structure du message ex : « j'ai un amour qui ne veut pas mourir »
- la fonction métalinguistique : cette fonction s'exerce lorsque l'échange porte sur le code lui-même et que les partenaires vérifient qu'ils utilisent bien le même code.il consiste à utiliser le même langage pour expliquer un autre langage (le dictionnaire, ouvrage de grammaire)

- la fonction référentielle : la fonction de la communication englobe toutes les autres. Elle porte surtout sur le contexte qui fait l'objet du message ex : le message émis est « j'aimerais que cette affaire soit réglée au plus vite » cela sous-entend que les récepteurs sachent de quelle affaire il s'agit et que la personne ayant donné l'ordre ait le statut le lui permettant

V. les obstacles de la communication :

- a) Les obstacles liés à l'émetteur :
 - Etat psychologique anormal (nervosité, anxiété, agressivité, etc.). Dans ce cas, le récepteur sera dans l'incapacité d'écouter convenablement l'émetteur. Les émotions de l'émetteur entraînent des émotions aussi fortes chez le récepteur
 - Le vocabulaire que le récepteur ne comprend pas, il y a de fortes chances que la communication se bloque
 - Manque de sensibilité à l'égard du récepteur : cela peut bloquer la communication. Dans ce cas, l'émetteur cherchera à éviter la communication
- c) Les obstacles liés au récepteur :
 - l'absence d'écoute : lorsque l'émetteur a le sentiment que le récepteur ne lui accorde pas son attention, cela entraîne le blocage du processus. Comme le dit le proverbe chinois « si les gens ont deux oreilles et seulement une bouche c'est pour écouter deux fois plus qu'ils ne parlent »
 - le phénomène de perception. En effet, lorsque le récepteur a un préjugé négatif par rapport à l'émetteur, il aura tendance à rejeter tout ce qu'il peut lui dire. Le préjugé positif peut également constituer un obstacle dans la mesure où le récepteur aura tendance à tout accepter de l'émetteur sans avoir à prendre position ou à sélectionner
- c) Les obstacles liés au message :
 - le volume des informations peut être phénoménal et la communication se déroule de façon rapide. Dans ce cas, le récepteur procédera par sélection et « oubliera » forcément une partie du message
 - présence de plusieurs récepteurs : le message subira des modifications d'un récepteur à l'autre : chaque récepteur retiendra la partie du message qui l'intéresse
- e) Les obstacles liés au canal :
 - le principal problème concerne le choix du canal. En effet, il arrive que l'on choisisse le même canal pour des communications de natures différentes. Le choix du canal doit se faire en fonction du message à transmettre, de la position hiérarchique du récepteur, etc.
- f) Les obstacles liés au code :
 - les bruits sémantiques (sens des mots) certains mots n'ont pas la même signification pour tout le monde
- g) Les obstacles liés au référent :
 - Les bruits sociologiques et culturelles : les références culturelles doivent être communes aux deux interlocuteurs, proches de la réalité et du vécu de chacun

VI. les types de la communication :

- La communication interpersonnelle :

Est fondée sur l'échange 1 émetteur - 1 récepteur.

Entre humains, c'est la base de la vie en société. C'est là en général que la compréhension est la meilleure, mais le nombre de récepteurs est limité à une seule personne. La rétroaction est quasi systématique. (Ex : le téléphone, la conversation orale).



▪ La communication de groupe :

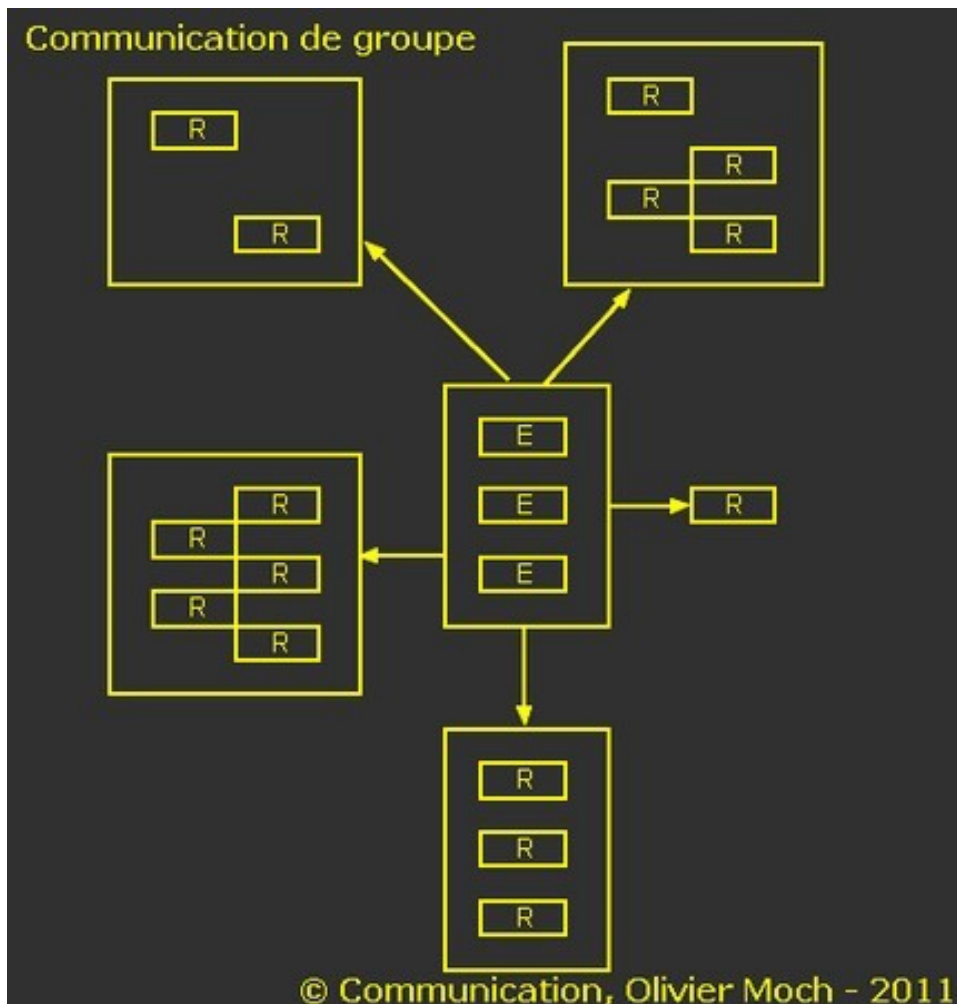
Qui met en relation un émetteur (ou un ensemble d'émetteurs liés entre eux) avec un groupe de récepteurs identifié. Exemple le prof avec sa classe d'étudiants. La communication de groupe intègre une notion fondamentale de ciblage de ces récepteurs en fonction de leur culture, de leur champ de compréhension ou de leurs intérêts. La communication de groupe est apparue et s'est réellement développée dans les années 50 avec la société de consommation. La publicité est l'exemple type de ce genre de communication.

Avantages :

- une rétroaction est possible (mais pas automatique);
- rapidité : un seul message vers un groupe de récepteur;
- efficacité : moins de déperdition du contenu du message car la communication est ciblée.

Inconvénients :

- manipulation ou influence des récepteurs;
- souvent un sentiment d'infériorité du récepteur car le message vient d'une autorité quelconque (ex. CEO, entraîneur...).



- La communication de masse :

C'est l'ensemble des techniques qui permettent de transmettre le plus vaste possible toutes sortes de messages .La communication de masse regroupe donc un ensemble de médias - parfois appelés mass-médias - capable d'atteindre voire même d'influencer de larges audiences. La presse, la télévision, la radio sont des médias de communication de masse par excellence.

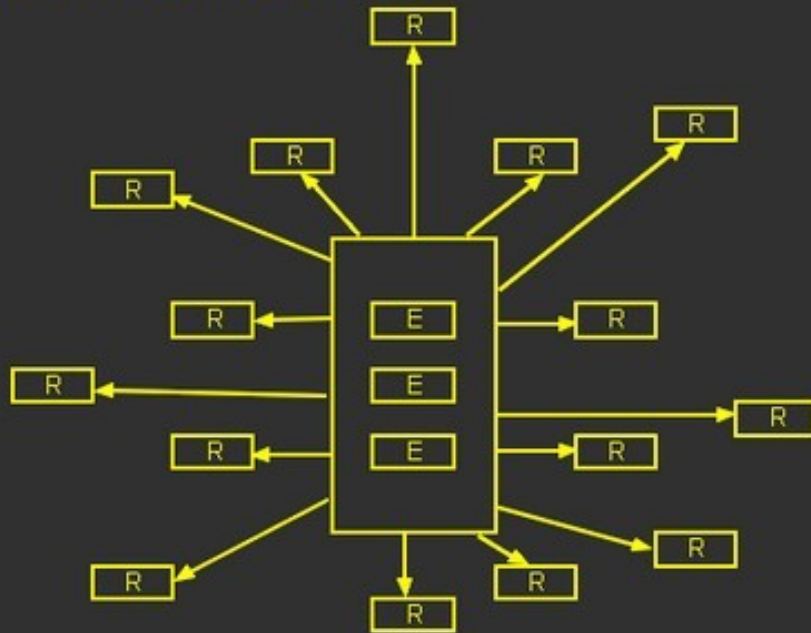
Avantages :

- rapidité : un message unique vers une quantité illimitée de récepteurs;
- effets rapides (réaction à chaud d'une grande partie des récepteurs);
- communication totalement contrôlée par l'émetteur (idéal pour la valorisation de cet émetteur ou de son produit)...

Inconvénients :

- déperdition du contenu du message car la communication n'est pas ciblée;
- message souvent réducteur voire partisan;
- rétroaction nulle, faible ou lente;
- manipulation ou influence des récepteurs;

Communication de masse



© Communication, Olivier Moch - 2011

VII Les contextes de la communication :

Communiquer, c'est mettre en commun. En communiquant, les individus se construisent, s'affirment, échangent des informations, nouent des liens, produisent des actes, entrent en conflit... La variété des contextes, des situations, des acteurs rend très complexe l'analyse des relations interpersonnelles. La communication interpersonnelle est le rapport qui s'établit entre des personnes dans un contexte donné, à travers des interactions.

La communication se produit toujours à l'intérieur d'un cadre ou d'environnement spécifique : le contexte influence tant ce que l'on dit que la manière dont on le dit, **c'est l'ensemble des éléments, des circonstances, qui entourent un fait, il englobe tout ce qui est extérieure du langage et qui, pourtant, fait partie d'une situation d'énonciation**. On englobe dans le cadre de contexte, tous les éléments comme le cadre spatio-temporel, l'âge, le sexe, du locuteur, le moment d'énonciation, le statut social des énonciateurs. Nous allons donc cerner les différents contextes. On distingue deux grandes contextes de la communication : le contexte général et le contexte situationnel qui englobent chacun divers contextes.

○ Le contexte général : le cadre référence

Il repose sur quatre aspects qui ont une influence directe sur toute relation entre personnes :

a. Le contexte socioéconomique :

Qui touche directement les conditions de vie des individus. Les périodes de croissance ou de récession, l'état économique de la région dans laquelle on vit, la mondialisation, la situation économique personnelle (chômage ou emploi) mais aussi le niveau d'instruction, la structure familiale, la natalité... ont une influence directe sur la communication. L'aspect social et l'aspect économique contribuent au façonnage de chaque individu et donc de son comportement, de sa manière de communiquer.

b. Le contexte technologique :

A fortiori, depuis l'évolution rapide de ces dernières années en matière de technologie, influence aussi la manière de communiquer et notamment sur la rapidité de circulation des informations. Ainsi, au 19^e siècle, le développement du chemin de fer et des moyens de transports ont largement contribué à la rapidité de la communication (ex. acheminement du courrier), au siècle suivant c'est la popularisation des moyens de télécommunication (téléphone, télévision, presse, mass-médias...) qui a renforcé la communication. Depuis l'aube du 21^e siècle, le multimédia et les réseaux sociaux ont continué à développer la communication.

c. Le contexte culturel :

Est omniprésent dans la communication. La culture est l'ensemble des règles communes qui régissent une société ou un groupe social. Mais, la culture c'est aussi l'ensemble des biens dits culturels (littérature, cinéma, théâtre, musées...) que chaque individu appréhende et consomme de manière différente. On observe dans la vie quotidienne des différences culturelles marquées que ce soit en termes de loisirs, de tenues vestimentaires, de rites, d'éducation, de lecture, de connaissances, de langage... Ces différences sont intimement liées à l'appartenance à un groupe social. La culture différencie les individus et les groupes sociaux, une différence de culture influence fortement la relation et la communication entre deux personnes. La culture est un ensemble de rituels qui reposent sur des conventions sociales ou des traditions. Il s'agit de trouver un champ commun à ces conventions et à ces traditions pour établir une communication.

d. Le contexte institutionnel :

Dans lequel prend place une communication commande un rapport particulier entre individus mais aussi un registre de normes, de règles ainsi qu'un langage adapté. Par contexte institutionnel on entend l'institution sociale ou économique (famille, entreprise, association, état...) à laquelle appartient l'individu au moment de la communication. Il s'agit d'un contexte variable, l'individu peut appartenir à diverses institutions (la famille et l'entreprise sont des institutions différentes mais l'on peut appartenir au deux) cependant le contexte variera selon la séquence de communication (on n'est pas, généralement, dans le même contexte lorsque l'on est en famille ou sur son lieu de travail). Chaque institution dicte ses codes de communication, on ne s'adresse pas de la même manière à son père et à son frère ; on ne s'adresse pas de la même façon à son patron et à son collègue ; on ne s'adresse pas non plus de la même façon à son père et à son patron... Les relations interpersonnelles et les comportements sont dictés par le contexte institutionnel.

○ Le contexte situationnel : le référent

Le contexte situationnel **correspond au cadre immédiat** c'est-à-dire à la situation et aux circonstances dans lesquels prend place une communication. Ce contexte est généralement assez souple et laisse une marge de manœuvre et d'action aux acteurs d'une séquence de communication. Le contexte situationnel repose sur deux sous-contextes :

a. **Le contexte spatial :**

Qui correspond au lieu où se déroule la communication. Toute communication prend place dans un espace donné et le contexte de la communication varie inmanquablement selon cet espace.

Lieu public – lieu privé : chaque individu présente une image de lui-même différente en fonction de la présence éventuelle d'un public. On communique donc différemment selon que le lieu est public (ex. une salle d'attente, un bureau administratif, la rue...) ou privé (le domicile, la voiture...).

✚ **La réserve du moi :**

Par ce terme on entend un espace personnel propre à chaque individu, organisé par l'individu comme, par exemples, un poste de travail, un coin intime dans la maison... Par convention, un autre individu sait qu'il ne peut pénétrer qu'avec précaution dans cet espace personnel.

✚ **La configuration et l'aménagement de l'espace :**

L'espace où la communication a lieu peut être agencé et configuré de bien des manières qui correspondront en fait à une situation donnée. Une configuration circulaire (ex. table de réunion ronde) permettra une communication d'égal à égal tandis qu'une configuration de type jury (plusieurs interlocuteurs face à un seul) créera une situation hiérarchisée. L'agencement d'un espace n'est pas neutre et influe sur la relation, ainsi un bureau directorial avec un grand fauteuil d'un côté de deux chaises de l'autre n'indique pas du tout le même type de rapport relationnel qu'une table avec quatre chaises autour...

✚ **La proximité :**

C'est-à-dire la distance physique entre les individus, est un facteur important de la séquence de communication. L'anthropologue américain Edward T. Hall détermine, en 1963, quatre zones de distance qui sont autant de marqueurs de la relation. En déterminant ces zones, les acteurs d'une communication fixent la relation interpersonnelle ; en modifiant ces zones, ils modifient aussi la nature de la relation interpersonnelle. Les zones (ou sphères) de distance selon Hall sont :

- la zone publique : au-delà de trois mètres qui convient pour une allocution publique (discours politique, conférence de presse,...) ou pour interpeller quelqu'un
- la zone sociale : de 1,20 à trois mètres qui correspond à la relation sociale courante avec des individus de connaissance
- la zone personnelle : de 60 centimètres à 1,20 mètres qui est celle de la sphère amicale (par exemple un verre entre ami à la terrasse d'un café)
- la zone intime : moins de 60 centimètres qui deviennent la sphère intime, celle que l'on utilise pour chuchoter à l'oreille de son partenaire ou pour s'embrasser.



b. **Le contexte temporel :**

C'est la place du message dans une séquence d'événements, toute relation s'inscrit dans le temps avec un avant, un pendant et un après. Le temps (**chronologique**) est un facteur fondamental de toute interaction, il régit de différentes manières toute séquence de communication. En effet, la séquence de communication dépend :

- du temps (durée) dont on dispose pour cette communication : on ne dira pas la même chose en trente secondes qu'en vingt minutes.
- de la perspective temporelle de se revoir : la relation sera différente entre des personnes qui se voient au quotidien (des conjoints, des collègues...), des personnes qui se voient de façon régulière mais espacée (des amis) ou des personnes qui se croisent épisodiquement (de lointaines connaissances géographique ou sentimentale)

En conclusion, l'on dira que toute communication n'a de sens que dans le contexte dans lequel elle s'inscrit. Ainsi, sortie du contexte d'un repas, la communication «passe-moi le sel» n'a pas beaucoup de sens. Le contexte de la communication dépend de facteurs multiples (culture, temps, technologie, cadre...) et des normes sociales ou conventions qui régissent les relations interpersonnelles. Quoi qu'il en soit, **le contexte est indissociable de la communication.**

VIII. Quelque principe de la communication :

Les plus importants sont :

1. la communication est un processus transactionnel.

L'analyse transactionnelle a été créée par Eric Berne à la fin des années 50. c'est une approche comportementaliste des relations humaines qui vise notamment à détecter « l'Etat du Moi » (est un système cohérent de pensées, d'émotions), dans lequel se trouve son interlocuteur :

L'analyse transactionnelle est très utilisée pour étudier les relations dans les organisations, les entreprises, l'éducation. C'est une théorie, une pratique et des outils permettant d'analyser la personnalité et les modes de communication des personnes et de modifier les relations interpersonnelles.

Les différents états du moi : P, A, E

P → est la partie du moi qui s'est constitué dans l'enfance sous l'influence du Modèle parental et de l'entourage.

A → est le dernier état du moi qui se développe, c'est lui qui observe, comprend, agit, décide, analyse.

E → est le premier état du moi qui s'est constitué après la naissance, il exprime sans réserve l'affectivité, les besoins, les sensations, les émotions de la personne

L'Etat de Moi Enfant :

○ l'enfant libre ou naturel :

L'enfant exprime sans réserve ses désirs, besoins, émotions, peurs, craintes. Il se caractérise par un comportement immédiat dans l'expression des sentiments

○ l'enfant adapté soumis :

Face aux réactions des parents, l'enfant apprend à se contrôler, l'enfant s'adapte au milieu et aux exigences des parents ce qui le conduit à éprouver des sentiments nouveaux : honte, jalousie

○ l'enfant spontané et créateur :

L'enfant exprime sans réserve son ressenti, ses désirs, besoins, émotions, peurs, craintes. Il se caractérise par un comportement immédiat dans l'expérience des sentiments.

L'Etat de Moi Parent :

○ le Parent Normatif : celui qui dicte, dirige, impose, juge, critique.

○ le Parent Bienveillant : celui qui aide, encourage, motive

L'Etat de Moi Adulte :

Adulte : l'enfant, au contact du monde et des parents, apprend à raisonner, à structurer sa pensée.

L'adulte observe, s'informe, réfléchit et prend des décisions avec méthodes au vu des différents éléments dont il dispose

- La communication est une transaction : une émission/réception simultanée de messages. D'un point de vue transactionnel, tous les éléments de la communication sont « interreliés » et toujours en mouvement

- la communication est un processus : la communication est toujours active, il s'agit d'un processus, d'une activité. Tout dans la communication est en changement constant

2- **la communication est inévitable** : on ne peut pas ne pas communiquer. Même le silence est une communication (un refus ou une acceptation)

3- **la communication est intentionnelle** : on communique pour quelque chose lorsqu'on lance un message c'est pour un objectif déterminé : soit pour découvrir (une nouvelle connaissance), soit pour se rapprocher (créer de nouvelles relation), soit pour persuader (convaincre quelqu'un d'un point de vue particulier), soit pour jouer et divertir (dominante ludique).

4- **la communication est irréversible** : quand on veut communiquer, il faut bien réfléchir, parce que la communication est irréversible. On ne peut pas revenir en arrière sur les gestes ou propos. Cela devient d'autant plus dangereux lorsque la communication est publique ou médiatisée.

IX. Pour une communication efficace :

4 conditions à remplir

La lisibilité du message	le message doit être clair, rigoureux, et exprimé dans un langage compréhensible par le récepteur	par l'émetteur
Le vouloir et le savoir communiquer	l'émetteur doit avoir envie de communiquer il doit savoir créer de bonnes relations avec son interlocuteur	
La motivation	le récepteur doit avoir envie où besoin- de recevoir l'information	par le récepteur
L'utilité de l'information	le récepteur doit trouver dans le message des informations Intéressantes ou utiles pour lui	
Pour être bien compris, le message oral doit être précis, court, exprimé dans un langage clair commun à l'émetteur et au récepteur, et enfin adapté au niveau et au statut du récepteur		

X. Les enjeux de la communication :

- **les enjeux informatifs :**

La communication est un acte d'information « on communique pour informer, s'informer, connaître, se connaître éventuellement, expliquer, s'expliquer, comprendre, se comprendre » c'est un processus de partage de sens par l'interprétation réciproque de signe.

- **Les enjeux d'identité :**

La communication est un acte de positionnement personnel : dans une situation de communication, on peut, à un moment donné, être émetteur et à un autre récepteur. Chaque acteur interprète un rôle qu'il cherche à faire reconnaître.

Communiquer, c'est donc en partie, se positionner par rapport à autrui, en proposant des éléments de son identité.

- **Les enjeux d'influence :**

La communication est acte de mobilisation d'autrui : dans l'acte de communication, il y a une tentative « d'influence » de l'autre. L'influence est ressource humaine, liée à la nature de certains personnes qui ont un pouvoir de conviction tel qu'elles arrivent à faire passer à travers leur communication.

- **Les enjeux relationnels :**

La communication est le mécanisme par lequel les relations humaines excitent et se développent communiquer, c'est donc, en partie, établir et spécifier la relation avec notre semblable.

- **Les enjeux normatifs :**

On communique nécessairement à travers un système de règles. Tout locuteur doit se référer aux règles de l'échange (les rituels de salutation, les formules de politesse...). Communiquer c'est aussi, contribuer à la mise au point de règles de l'échange collectif.

Partie II : la langue et la communication orale

1) Langue et langage :

Est un système structuré de signes oraux et écrits qui permettent la communication entre les êtres humains, plus précisément, le langage est la faculté que possède l'être humain de s'exprimer.

a) La parole :

Utilisation individuelle du code linguistique par un sujet parlant.

b) Caractère essentiels de la parole :

Certains facteurs sont nécessaires à l'existence du langage humain. Il s'agit de facteurs physiologiques (le corps doit être capable de produire les sons de la parole), facteurs grammaticaux (la parole doit avoir une structure), et enfin facteurs sémantique (l'esprit doit être capable de traiter le sens de la parole)

2) Les techniques de base de la communication orale :

La communication orale (du latin oris= bouche) recouvre tout ce qui se transmet de bouche à l'oreille ou encore tout ce qui s'entend.

Mais, contrairement à l'écrit où l'émetteur est toujours invisible, la plupart des situations de communication orale permettent également de voir l'orateur. Dès lors, l'oral s'enrichit d'une multitude de messages sensoriels.

a) Les caractéristiques de la communication orale :

La communication orale se distingue des autres formes de communication par :

- L'existence d'un double langage (langage verbale/ langage non-verbal)
- L'importance du contexte
- L'influence de la rétroaction immédiate

b) L'existence d'un double langage :

Dans une situation de communication orale, l'émetteur et récepteur utilisent un double langage :

- Le langage verbal, la communication verbale et la communication linguistique** : il recouvre aussi bien ce qui est dit (**le contenu du message**) que la façon de le dire (**la forme du message**).

La communication verbale capacité spécifique de l'espèce humaine, et le monde principale entre les hommes. Elle basée sur des mots et des phrases, l'émetteur envoie un message oral à qui le récepteur répond. Une communication verbale est faite de signes linguistiques. Ces signes confèrent un corpus appelé langue, ou plus généralement langage.

a) Ce qui est dit : le contenu du message

Les mots : **le registre du langage**

Le niveau de langage se définit par rapport au degré de connaissance et de maîtrise de la langue : étendu, précision, variété du vocabulaire, correction et qualité de l'expression. On distingue trois niveaux de langage.

Le niveau familier ou relâché : qui se caractérise par l'emploi d'expressions « imagées », une syntaxe un peu négligé. C'est le langage parfois employé entre parents, entre amis, entre collègues.

Le niveau courant ou usuel : qui se caractérise par l'emploi d'un vocabulaire simple et très répandu. D'une syntaxe correcte mais sans recherche littéraire. C'est le langage soigné de tous les jours.

Le niveau soutenu ou recherché : qui se caractérise par l'emploi d'un vocabulaire précis, varié, peu courant, par une excellente maîtrise de la langue et par une syntaxe soignée mais souvent compliquée et abstrait.

C'est le langage utilisé pour les interventions en public : conférence, animation de réunions. Etc.

- l'organisation des mots : la structure du message le (l'ordre de présentation des informations, le plan...)

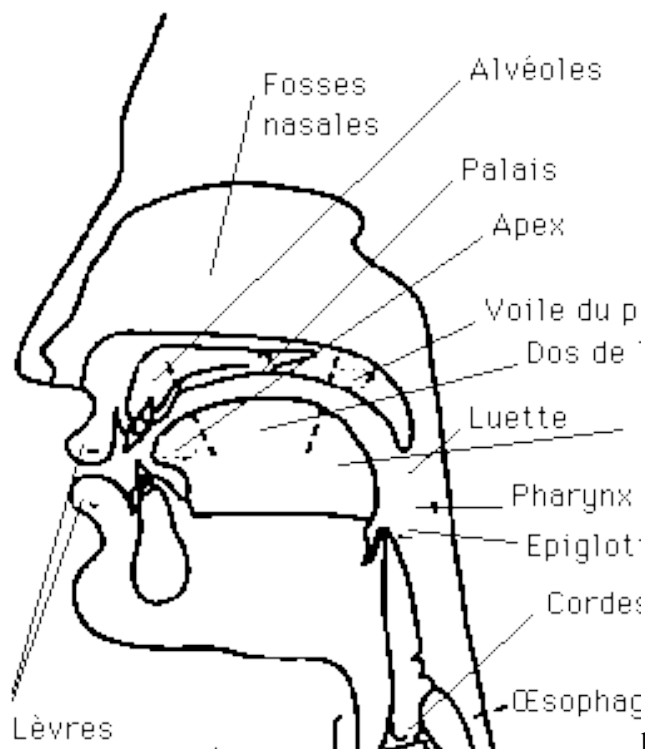
b) La façon de le dire : la forme du message

- la voix : intensité, accent, timbre, débit, ton, rythme...
- le style : le style varie d'une personne à une autre et devrait être adapté à la situation de communication
 - o Les caractéristiques phoniques de la voix :

Il est important qu'un orateur sache utiliser correctement sa voix.

La voix est composée de trois éléments :

- Le son
- Un véhicule du son : l'air
- Un modificateur du son qui est le circuit comprenant : le pharynx, la bouche, les lèvres, la langue, les fosses nasales et les cordes vocales



L'appareil phonatoire

De même la voix se caractérise par :

- ✓ Le volume : c'est le niveau sonore de la voix, il faut l'adapter à la taille de l'espace (local où se trouve) il ne faut ni parler trop bas, ni trop fort. Une voix trop faible exige de l'auditoire un effort d'attention, et une voix trop forte provoque un effet de surprise.
- ✓ Le débit : c'est la vitesse de l'émission des mots, c'est le nombre des mots à la minute, il ne faut pas parler trop vite cela empêche l'auditoire de ne pas saisir tout ce qui est dit et cela perturbe et gêne la communication
- ✓ L'intonation : c'est le mouvement mélodique de la voix, c'est la musicalité de la voix.

Il est nécessaire de varier ses intonations afin de capter l'attention de l'auditoire en évitant la monotonie dans la voix

- ✓ Le timbre : ensemble des caractéristiques sonores qui permettent d'identifier une voix.

Chaque voix a un timbre propre tout comme les instruments de musique.

1. L'articulation et la prononciation :

Articuler c'est émettre, faire entendre des sons vocaux à l'aide de mouvements des lèvres et de la langue. C'est une jonction permettant de relier des os et de leur donner une mobilité l'un par rapport à l'autre.

Mais, contrairement la prononciation c'est la façon de dire les mots, la prononciation ne change pas le sens du mot, mais provient du contexte dans le lequel on l'a appris. Le terme accent, lui, désigne une prononciation généralement plus subtile.

On appelle « accent » « l'ensemble des caractères phonétiques distinctifs d'une communauté linguistique, considérés comme un écart par rapport à la norme, dans une langue donnée » (Dictionnaire Robert).

Pour les différencier, on peut admettre que la première donne le relief à chaque mot en faisant distinctement entendre les sons vocaux et la deuxième, comme nous le verrons, renseigne sur certains aspects socio-linguistiques (accent régional, appartenance sociale...)

Pour conclure l'efficacité de la communication dépend largement de la qualité de la prononciation.

Il existe un certain nombre de personnes qui parlent en tenant les lèvres serrées, en ouvrant très peu la bouche, en précipitant les syllabes, à ces personnes il faut répéter sans cesse « articuler ».

C'est-à-dire ouvrez grand la bouche, détachez les syllabes, faites sonner clairement chaque consonne.

Dans tous les cas l'articulation est une affaire de travail : **il faut s'entraîner**

ii. Le langage non verbal :

Le langage non verbal, c'est l'art de transmettre un message sans utiliser la parole.

La communication non verbale est exprimée par des messages non verbaux à travers le regard, le sourire, les gestes....

🚩 Les moyens de la communication non verbale :

L'homme dispose d'une large panoplie de moyen de communication non verbale.

- Les manifestations du corps, attitudes corporelles, regard, sourire, hochement ou signe de tête ou de la main, haussement d'épaule, certains tics (les tics verbaux : les répétitions d'un mot, les tics non verbaux : la manipulation d'un objet, le fait de bouger la jambe)

- Les vêtements expriment des émotions et des sentiments, les couleurs vives expriment la vie, les couleurs sombre, la mort, les statuts sociaux, le costume, la blouse...
- Les accessoires : les objets que nous portons (bijoux, sac, parfums, eaux de toilette, chapeau, casquette) parlent de nous, de nos valeurs, de nos priorités, de notre histoire (bijoux de famille), de notre culture.

✚ Les éléments de la communication non verbale :

- ✓ L'espace : dans la communication interpersonnelle, l'espace prend une importance considérable parce qu'il nous rapproche ou nous éloigne que ce soit dans une relation à deux comme dans un entretien ou dans une situation de groupe comme une réunion.

La prise de l'espace communicationnel, sa gestion et surtout sa compréhension conditionnent la réussite d'une communication

- ✓ Le regard : il est le vecteur de la communication qui s'instaure et le moyen qui s'impose pour contrôler le processus. Dès l'entrée en contact, avant tout message verbal, c'est le regard qui sert à démarrer la communication et à l'ajuster à son objectif.

Regarder l'autre pour :

Reconnaître dans quel état il se trouve, mesurer l'impact que nous avons sur lui et adapter notre langage et notre comportement en fonction de l'objectif visé.

Le regard est notre radar.

- ✓ Le visage : il est mobile et doit le rester (éviter un visage figé ou inexpressif), il traduit nos émotions, nous savons tous que les émotions rendent la parole plus attrayante et renforce la crédibilité de l'orateur.

Le sourire est un signe d'ouverture et de disponibilité, il est donc un moyen d'impliquer le public

- ✓ Les mimiques / les grimaces : votre visage est le siège d'une infinité des expressions non verbales dont nous sommes totalement inconscients, mais qui sont observées et enregistrées par l'autre
- ✓ Les gestes : le geste est révélateur de notre compétence à communiquer.

On peut distinguer :

- les gestes ouverts : ce sont des gestes qui accompagnent le message et soulignent certains points. Ils marquent le partage et l'engagement, ils sont tournés vers les autres.
- Les gestes fermés : ce sont des gestes dirigés vers soi, ils n'ont pas la force de convaincre
- Les gestes parasites : ce sont des gestes qui perturbent et gênent la communication, ils sont soit le signe d'une émotivité excessive, soit ils ne sont pas adaptés au discours.
 - ✓ Les postures : ce sont les attitudes générales du corps. La posture idéale c'est la verticalité, droit dans la position « prêt à aller vers l'avant ». Il faut éviter, les dos voûtés, les épaules rentrées, s'appuyer sur une hanche.
 - ✓ L'allure : le look général de l'individu intervient dans la communication comme élément déterminant de sa réussite ou de son échec. L'allure évoque un « style de vie », indique un âge et une personnalité

Une bonne communication orale nécessite un savoir-faire. Ce savoir-faire s'acquiert par une pratique régulière des techniques de communication. Une bonne communication orale suppose surtout une bonne connaissance et une maîtrise des techniques de communication non-verbale.

Les canaux de la communication orale :

La communication orale se transforme par trois canaux :

Le canal corporel : il correspond à l'ensemble des postures du corps, le look et la façon de se vêtir, le choix des vêtements se fait généralement en fonction de l'âge, la morphologie et de la situation professionnelle, par le choix de notre tenue, nous voulons donner une certaine image de nous-mêmes

Le canal linguistique ou verbal : il correspond à tout ce qui est lié à la langue, à la parole, au discours parlé

Le canal paraverbal : il correspond à tous les aspects de la voix

Avoir un comportement adapté durant la communication orale:

✚ Pour l'émetteur :

- renforcer le verbal pour le paralangage
- adapter la communication, le débit, l'articulation
- veiller à ce que l'auditoire comprenne et écoute le message délivré
- mettre en évidence les idées essentielles du message

✚ Pour le récepteur :

- prendre des notes
- pratiquer l'écoute active, c'est-à-dire se contenter d'entendre la personne qui parle mais adapter une attitude qui permette réellement de comprendre le message
- se concentrer sur le discours, ne pas rêver
- avoir une attitude physique (geste, regard...) montrant son attention au discours

- pratiquer la reformulation
- demander des précisions, questionner

L'écoute active

Communiquer ne signifie pas seulement à faire passer le message mais savoir écouter également la personne qui parle. Pour cela il y'a deux types d'écoutes : écoute active et passive.

1- écouter/ entendre :

Écouter n'est pas entendre, entendre c'est le sens de l'audition qui fonctionne, c'est un processus naturel qui consiste à percevoir les sons quels qu'ils soient à partir d'une certaine intensité grâce au système auditif. Pour entendre, il n'est pas nécessaire d'apprendre : dès sa naissance, un individu qui a des organes auditifs en bon état peu entendre les sons à sa portée.

Ecouter n'est pas un processus naturel. Il faut faire un effort, c'est une forme d'art et comme tout art, il faut le pratiquer pour l'acquérir, l'améliorer et le maintenir efficace.

Entendre met en jeu le conduit auditif, écouter met en jeu la pensée.

Entendre	Ecouter
Un processus naturel, inné qui ne nécessite pas un apprentissage particulier.	Un processus non naturel qui implique un apprentissage pour être efficace
Un acte qui peut être involontaire ;	Un acte contrôlé. Pour écouter il faut faire un effort
Ne pas s'intéresser à la personne en face de soi	Prendre conscience de l'existence de l'autre, s'efforcer de le comprendre
Une condition nécessaire mais non suffisante à la communication	Une condition indispensable à la communication efficace

2. L'écoute active. Définition

Nommée également « écoute bienveillante » permet à l'interlocuteur de se sentir entendu et compris, c'est une activité qui demande des efforts.

C'est une attitude destiné à augmenter la qualité de l'écoute. Écouter c'est donner à l'autre de l'attention, du temps, une présence.

Ecouter c'est être ouvert positivement à toutes les idées, à tous les sujets, à toutes les solutions, sans interpréter, sans juger, laissant à l'autre le temps et l'espace de trouver la voie qui est la sienne

3. les objectifs de l'écoute active :

- d'obtenir des informations
- de connaître les clefs de la personnalité de l'interlocuteur
- de maîtriser et conduire l'entretien

4. l'intérêt de l'écoute active :

C'est de comprendre l'autre

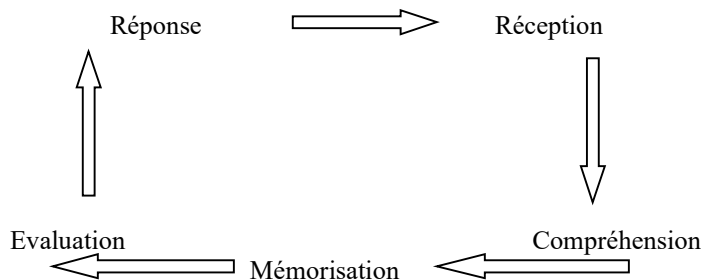
5. pourquoi écoute « active » ?

Les bruits sont nombreux et ils sont causes de déperdition. Cette déperdition pourrait causer la déformation du message et partant les rumeurs. On est donc obligé en tant qu'interlocuteur(émetteur et récepteur) de mesurer le degré de réception de l'information :

- l'émetteur est obligé de bien transmettre son message : voix clair, termes précis et compréhensibles...
- le récepteur doit, quant à lui, faire l'effort de compréhension en posant des questions et en reformulant les propos de l'autre

6. Le processus de l'écoute active :

On peut déduire l'écoute comme une suite de cinq étapes : la réception, la compréhension, la mémorisation, l'évaluation et la réponse.



- ✓ La réception : l'écoute commence avec la réception des messages transmis par le locuteur
- ✓ La compréhension : il y a compréhension quand on saisit ce que veut dire le locuteur
- ✓ La mémorisation : les messages reçus et compris doivent être retenus
- ✓ L'évaluation : elle consiste à juger le contenu
- ✓ La réponse : elle se fait en deux temps :
 - D'abord, les réponses que l'on donne pendant que parle le locuteur. Elles peuvent être des encouragements et devraient lui signifier que l'on écoute (du genre « je vois », « oui », « ah »)
 - Ensuite, les réponses faites après que le locuteur a fini de parler. Elles incluent :
 - ² e (je sais ce que tu dois ressentir)
 - Les éclaircissements (voulez-vous dire que ce nouveau programme va remplacer l'ancien ou s'y ajouter seulement ?)
 - La remise en question (je pense que votre argumentation est faible). Ou bien l'assentiment (vous avez tout à fait raison !)

7. les attitudes de l'écouter :

L'écouter doit outre poser des questions, savoir reformuler, et répéter les informations de son interlocuteur : c'est la prise en considération de l'autre

8. les techniques de l'écoute active :

a) la synthèse :

Il s'agit d'un résumé au cours duquel on met en valeur l'essentiel de la discussion.

Il permet de conclure une séquence de communication avant de passer à la suivante les expressions utilisées : en résumé, nous avons exprimé que

b) le questionnement :

« Le savant n'est pas l'homme qui fournit des varies réponses, c'est celui qui pose les vraies questions »

Claude Lévi-Strauss

Le questionnement est une technique qui, à travers ses objectifs courants de s'informer, vérifier, contrôler, évaluer, former et élucider, permet de faciliter l'échange dans une communication orale. En fait, les questions permettent de guider la personne, de comprendre la situation et de maîtriser le suivi des interlocuteurs.

Avantage :

- inviter le répondant à poursuivre son discours en montrant l'intérêt qu'il suscite
- aider le répond à progresser dans son analyse personnelle de telle ou telle situation en l'invitant à préciser des points
- amener à dérouler des choses cachées inavouables
- mesurer la qualité de réception du message adressé au récepteur

Les types de questions :

- la question ouverte : c'est une technique utilisée pour recueillir des informations ou des précisions sur un point, elle nécessite une réponse plus étendue.

Les questions ouvertes commencent souvent par : qu'est-ce que, comment, quoi

Exemple : comment voyez-vous ce problème ?

- la question fermée : est précise, et appelle une seule réponse, c'est une question à laquelle on ne peut répondre que par oui ou par non. Elles commencent souvent par : est-ce que, combien, êtes-vous

Exemple : travaillez-vous le weekend ?

- question à choix multiple : c'est une question qui demande de cocher la bonne réponse. exemple : qu'est ce qui vous rend triste ? le manque de visite, la solitude, votre état, ou autre chose
- question alternative : on donne deux réponses et le choix portera sur l'une des deux. Exemple : pensez-vous utiliser la méthode x ou la méthode y ?

- la question projective : permet d'explorer des impressions, des sentiments se projeter dans l'imaginaire.
Exemple : si vous étiez directeur du personnel, comment agiriez-vous ?
- la question double : contient en fait deux éléments différents. Elle est peu favorable car elle tend à biaiser les réponses exemple : comment ça s'est passé et pourquoi ?
- question suggestive : cherche à influencer la réponse et mettre l'interlocuteur vers le chemin du oui. Ce sont des questions utilisées avec prudence. elles sont très vite perçues comme manipulation et s'opposent à l'empathie.
pourquoi l'appréciez-vous ? pour sa souplesse ?
- question relais : est obtenue par un élargissement de la conversation sur un mode interrogatif, c'est l'introduction d'une explication à ce qui vient d'être énoncé, pour approfondir et relancer une explication la question est élaborée à partir de la réponse, elle montre de l'empathie, ne donne pas l'impression de poser une question. Les expressions utilisées : c'est-à-dire ? par exemple ? en quoi ? par rapport à quoi ? dans quelle mesure ? sur quel critère ? en quel sens ? à quelle condition ? sur quel plan ? dans quel cas ?
Par exemple : quand vous dites que l'entretien d'embauche est un entretien de vente de soi, dans quel sens dois-je comprendre cela ?
- question miroir : technique d'empathie qui permet de relancer le dialogue et approfondir la découverte de l'interlocuteur. Consiste à répéter interrogativement ce que l'interlocuteur vient de dire, pour créer un climat favorable de compréhension et de confiance. Exemple : je le trouve cher ! vous le trouvez cher ?

c) la reformulation :

C'est une technique consiste à répéter la dernière phrase de l'interlocuteur ou à synthétiser le contenu d'une discussion. En effet, c'est redire avec d'autres termes, de manière plus concise ou plus explicite, ce qu'un interlocuteur vient de dire de telle manière doit d'accord avec les termes utilisées pour reformuler.

A quoi sert la reformulation ? :

- vérifier que la communication « passe bien » avec mon interlocuteur
- faire avancer la discussion
- permet de travailler la compréhension du langage
- éviter les erreurs et les malentendus

Les types de la reformulation :

- la reformulation écho/reflet : la version la plus simple, qui consiste à tout simplement à répéter les paroles de votre interlocuteur. Exemple : en ce moment c'est difficile, je me sens fatigué
Je comprends tu te sens fatigué
- reformulation miroir : vous reformulez les propos avec vos propres mots, les expressions utilisées : en d'autres termes- si j'ai bien compris- je comprends bien- tu veux dire que- vous voulez dire que- à votre avis, donc- d'après vous- je crois comprendre
Exemple : si je comprends bien, tu ne veux pas produire à nouveau cette maquette si tu n'es pas payé pour cela, c'est bien ça ?
- la reformulation résumée : fait une synthèse de ce qui a été dit par votre interlocuteur les expressions utilisées sont : en résumé, tu me dis que – si je résume- au final – en deux mots
- la reformulation clarification : cette option va plus loin, il s'agit de reformuler de façon à faire préciser le propos, chercher le concret, ce qui amène l'interlocuteur à clarifier sa pensée
Les expressions : autrement dit- cela revient à dire que – en clair- si je comprends bien ce que tu me dis
Exemple : je ne peux le laisser continuer comme ça.
Tu veux dire que tu ne peux pas le laisser donner une image négative de notre entreprise ?

L'écoute passive : consiste uniquement à écouter la personne qui parle en lui signifiant les réponses par des messages non verbaux (sourire, signe de tête...), ou verbaux (oui où non)

Le rôle de l'écoute passive :

- Attitude qui permet de se montrer réceptive et sincère
- Amener l'émetteur à l'aider, à se sentir compris

Parole en public

- Certaines situations imposent une prise de parole en public :
Exposée en classe- meetings- rencontres- conférence
- Parler donc en public suppose la maîtrise d'un grand nombre de compétence :
Verbale- vocale- corporelle- affective

Tout être humain peut parler en public, chacun possède ce potentiel, il faut deux éléments pour que ce potentiel s'exprime : la confiance en soi et une idée à exprimer, qui exalte, qui intéresse le public

- Le style oral : l'oral est différent de l'écrit, les mots sont plus courts, plus simples et plus familiers,
- Le discours : doit être clair : il faut veiller à être concis et précis, il faut veiller à ce que le style soit adapté au public, il est préférable d'utiliser des phrases courtes, directs, affirmatives
- Le volume de la voix : en fonction de plusieurs paramètres : la proximité où l'éloignement de l'auditoire, l'environnement, le relief qu'on veut donner au discours
- Le débit : il est lié au temps dont dispose, au contenu du discours et des conditions d'écoute
- Le ton : le discours change en fonction du sens qu'on donne au message, il faut éviter les défauts de l'articulation et de la prononciation
- Les pauses : indiquent que l'on passe d'une partie à une autre, il permet aussi à l'auditoire de réfléchir à ce qui a été dit

L'orateur adopte un comportement physique efficace, maintient le contact visuel, son visage est expressif, fait des gestes naturels et bouge un peu

Le trac

Définition :

Le trac c'est l'inquiétude, la peur, l'angoisse que l'on ressent avant d'affronter un public, de subir une épreuve. Fort heureusement, il se dissipe progressivement dans l'action.

Dès que nous avons pris un engagement ou que nous sommes face à une échéance (délai) qui nous oblige à nous mettre en avant, le trac s'installe et se manifeste d'une part comme un frein à l'action, et d'autre part comme un moteur qui nous pousse à agir.

Le trac c'est un phénomène banale...on peut le décrire comme un stress spécifique à la situation d'exposition devant un public. Il s'agit d'une peur irraisonnée, puisqu'il n'y a pas de danger réel. Le trac normal doit se dissiper lorsqu'on passe à l'action.

Conseil contre le trac :

- respirer : la première des choses à faire gérer cette montée d'énergie bloquante qu'est le trac= respirer, lorsque l'on prend la parole, un phénomène physique bloque la respiration, en conséquence le cerveau, n'est plus alimenté en oxygène et les fonctions intellectuelles sont arrêtées
- le corps moteur de l'émotion : vous pouvez parler avec le corps, créer des émotions positives pour aborder la prise de parole, l'utilisation des gestes, des postures et de la respiration, va vous aider à exprimer par le corps vos émotions.
- Le sourire : choisissez d'être gai, le sourire pour le public, l'humeur possède la particularité de détendre et pour insuffler aussi une humeur positive à votre interlocuteur
- L'articulation : la diction est l'élément fondamental de l'expression orale, étymologiquement c'est l'art de dire, qui se décompose en articulation et prononciation, articulé pour bien se faire comprendre, articuler c'est aussi donné les moyens d'être plus forts et plus efficace.
En s'appuyant sur les consonnes, vous donnerez du poids aux mots
- positiver : se mettre dans l'état d'esprit d'un gagnant
- se relaxer
- visualiser : répondre à l'attente de nos interlocuteurs
- regarder : se forcer à regarder son public, celui qui a le trac aura tendance à se fixer
- bouger : mettre le corps en mouvement, c'est déjà être dans l'action, votre interlocuteur ressent votre investissement grâce à vos gestes et aux expressions de votre visage, de votre regard, laissez la liberté à vos mains de s'exprimer
- préparer : la préparation intellectuelle représente 70% de la gestion de trac et de la réussite d'une situation, analyser à qui l'on va s'adresser et comment lui parler, préparer son sujet très en détail tout cela contribue à se sentir sécurisé

Action pour bien communiquer :

Voici quelques actions à respecter pour impacter votre public :

- aller vers le public : avancer

- geste d'ouverture : accueillir
- entrer en relation : regarder
- posez-vous : expirer/ souffler
- définir clairement votre TOP : (thème- objectif- plan)

Technique de l'exposé

C'est un discours ordonné et explicatif sur un sujet précis, c'est un discours généralement oral, où sont présentés des éléments d'information et d'un point de vue personnel sur un sujet donné, c'est une présentation générale d'un travail. Ce qui caractérise l'exposé, présente en peu de temps les recherches d'un dossier, ces contraintes impliquent la clarté de l'expression, la cohérence globale et la rigueur de la progression, de convaincre un public.

Préparer un exposé, c'est se mettre en quête d'informations qui nous aideront à comprendre un sujet. Ce sujet il faudra l'expliquer à ses camarades et à son professeur ... l'exposé est un travail qui entraîne plusieurs étapes. Voici quelques-unes de ces étapes

Dans un exposé il faut le préparer à travers deux parties :

Partie 1 : la maîtrise de contenu

Partie 2 : la maîtrise de la forme

A. la préparation de l'exposé :

- ✓ Délimiter le sujet avec précision :
 - En fonction du temps disponible
 - En fonction du public (l'auditoire)
 - ✓ La maîtrise du sujet
 - Rassemblement de la documentation, une recherche bibliographique, (livres, revues, dictionnaires, encyclopédies, enregistrements sonores / vidéos, site Internet...) et je ne me contente pas d'imprimer une page Internet !
 - ✓ L'exposé est souvent accompagné d'un rapport écrit:
 - a) Rassembler le maximum d'idées et de faits
 - b) Choisir les idées maîtresses et éliminer les idées superflues
 - ✓ L'élaboration des arguments
 - Le public est fait d'un triple ressort : la raison- le cœur- l'action
 - Les arguments rationnels- les arguments émotionnels- les arguments factuels (les faits, réel)
 - ✓ L'élaboration du plan :
 - Le plan doit être clair et convainquant
 - **Le plan chronologique** : une progression du temps, il permet de décrire un processus qui se déroule dans le temps exemple : le sujet : les étapes de l'entreprise, but : faire comprendre son évolution, plan : la naissance de la maison mère – l'installation succursales – la situation actuelle
 - **Un plan comparatif** : on compare deux éléments avantages - inconvénients (**aspects positifs-aspects négatifs,**) **situation actuelle - situation passée,**
 - **Un plan dialectique** : (le plan le plus connu) une structure qui permet d'analyser un sujet d'opinion basée sur la construction : thèse (défense d'un certain point de vue) est l'affirmation ou la prise de position d'un locuteur, à l'égard du sujet ou du thème qu'il évoque. - antithèse (apport d'argument opposés) il s'agit d'affrontement de deux logiques de deux points de vue (pour/ contre), la synthèse : la partie la plus riche, elle est le résultat de l'intégration par votre intelligence de la thèse et de l'antithèse
- Exemple : est-il vrai qu'internet est mal ?
 Thèse : internet est un mal
 Antithèse : internet a beaucoup de bienfaits
 Synthèse : c'est l'usage que l'homme fait d'internet qu'on doit critiquer, c'est pourquoi il faut éduquer les gens au bien utilisé.
- Thèse : une proposition. Antithèse : un contre-projet. Synthèse : un nouveau projet conciliant les diverses exigences.
- **Un plan thématique** ou un plan inventaire
 - : A partir d'une question posée, ce plan décline les différents aspects d'un phénomène, les différents domaines reliés au sujet. Les arguments sont organisés par ordre d'importance
- Exemple : sujet : pollution
 But : informer sur ses effets
- Plan : 1) conséquence sur l'environnement – 2) conséquence sur l'économie -3) conséquence sur le pouvoir politique
- **Le plan analytique** : le plan problèmes- causes – solutions, utilisé en journalisme, utile pour traiter les grandes questions contemporaines, il consiste à analyser, expliquer et illustrer une affirmation proposée par le sujet, il expose d'abord les données d'un problème pour analyser ensuite les causes, puis déterminer enfin les conséquences ou les solutions dans une troisième partie.

Exemple : sujet : la pollution est devenue une menace pour la vie humaine, végétale et animale. Quelles en sont les causes ? Et comment peut-on limiter ses effets ?

DIALECTIQUE	THEMATIQUE	ANALYTIQUE	COMPARATIF
Introduction	Introduction	INTRODUCTION	Introduction
-thèse -antithèse -synthèse	-argument1 -argument 2 -argument3	-Problème - causes -solutions	-Notion A -Notion B -Comparaison
Conclusion	Conclusion	Conclusion	Conclusion

Introduction :

- Elle a une fonction phatique : d'établir le contact physique et psychologique, informer le public du sujet
- Elle éveille l'attention des auditeurs
- Elle souligne l'intérêt du sujet
- Elle souligne le thème dans son contexte et le délimite
- Elle indique les objectifs poursuivis
- Elle introduit le thème central
- Elle présente la structure de l'exposé, les parties qui le constituent

L'introduction peut se faire de manière variée et peut contenir par exemple : l'évocation d'un paradoxe, une question posée au public, la présentation d'une opinion personnelle, etc.

Il faut déjà accrocher les auditeurs avec le titre.

L'accroche dans un exposé, permet d'inciter la curiosité du public par ex : commencer par une anecdote, un rapport direct avec le sujet, commencer par un dessin, commencer par une courbe, interpellant le public par une question

- L'accroche à un double intérêt :
- il permet l'efficacité de l'exposer
 - il permet d'éviter le trac chez l'orateur

L'argumentation :

Annoncer la partie : l'idée principale : chaque partie elle faut la clore par une synthèse partielle

- C'est le corps de l'exposé
- Elle doit être structurée en partie,
- Commencer par l'idée principale, ou la plus compréhensible
- Faire des transitions entre les parties
- Faites une construction simple et logique

le schéma de l'argumentation

argumentation → développement → exemple → transition

Un esprit de synthèse esprit d'analyse sens du concret la reformulation

La conclusion :

- On énonce une dernière fois l'idée principale, pour qu'il soit mémorisé, on reformule les arguments de façon très brève
- On ouvre une autre perspective plus large, très brève

Remercier les participants pour leur attention et leur dire qu'avez apprécié cet échange

B. Réussir un exposé :

🎨 Maîtrise de la forme : pour rendre un exposé clair et vivant et compréhensible : il faut :

- Adapter le vocabulaire au public
- Eviter les mots trop abstraits
- Eviter les phrases trop longues
- Il faut illustrer l'exposé pour faire vivre la communication par des dessins, schéma
- Essayer d'utiliser l'humour, libérer l'orateur de son trac
- Eviter les parasites

🎤 Maîtrise de comportement :

- La voix : utiliser mieux sa voix
- Adapter son volume à la salle
- Il faut soigner la diction, il faut bien articuler, ne pas avaler les syllabes
- Il faut avoir un débit long et rapide
- Une intonation vivante
- Les pauses : permet à l'orateur de prendre son souffle, et au public de comprendre d'achever la prise de note

🧍 Le corps : fait parler positivement

- La première chose : rester calme ; maîtriser son corps
- Les mouvements du corps : occupe l'espace et l'exploiter de façon vivante
- Avoir un regard panoramique sur tout le monde : il permet de repérer les questions – le regard permet de séduire le public

🎭 Les mimiques :

- Apporte une force expressive au discours

🎪 Maîtrise de la situation :

- Tester le matériel

🎪 Les moments difficiles dans l'exposé :

L'orateur face aux questions de public : la question qui anticipe à une autre problématique- la question hors – sujet – la question dans le sujet.

Qu'on la question est brève et simple, il faut répondre de façon brève, une question longue demande une réponse longue

Si l'orateur à une difficulté de répondre à la question aux public, il faut essayer dans ce sens la technique de la question écho : c'est renvoyer la question au questionneur, à celui qui l'a posée : « de votre part, qu'est ce que vous pensez ? »

L'entretien

Définition :

- Un moment d'échange et de négociation entre un recruteur et un candidat
- Une situation de communication
- Enfin une occasion pour se distinguer des autres

Passer un entretien c'est être face à des gens et leur parler. Il s'agit, par la façon dont on va se présenter, et la capacité de répondre habilement et pertinemment à des questions, de convaincre les recruteurs ou le jury de retenir votre candidature

Les types d'entretiens :

2- L'entretien d'accueil :

Ce type d'entretien repose essentiellement sur le rôle et le comportement de la personne qui reçoit, un chef de service qui accueille un nouvel embauché ou un employé muté d'un autre établissement. L'objectif de cet entretien est d'aider le nouveau venu à s'approprier à l'administration et au personnel.

L'entretien d'accueil est non directif, les questions sont émises dans les deux sens. Ainsi, sa bonne conduite dépend des interventions des deux interlocuteurs

3- L'entretien d'évaluation :

Ce type d'entretien est adopté dans les domaines où le résultat de l'évaluation permet d'intervenir pour soutenir et encourager les bonnes compétences ou redresser et reconstruire les acquis insuffisants. L'entretien d'évaluation occupe une place importante dans l'enseignement et la formation.

1- L'entretien d'embauche :

Concerne un candidat à un poste de travail, l'entretien est conduit par le représentant de l'entreprise, il est appelé à apprécier ou déprécier le curriculum, les capacités et la motivation du candidat, il cherche un candidat qualifié et motivé pour un poste, pour le candidat cherche un poste pour mettre en œuvre ses acquis.

Les types d'entretiens d'embauche :

Pour sélectionner le candidat souhaité, le recruteur peut utiliser différentes méthodes d'entretien :

1. En face-à-face : C'est l'entretien le plus classique et également le plus facile car vous n'avez à surveiller que vous.
2. En jury : Si vous êtes un peu timide, cela peut vous déstabiliser, mais dites vous simplement que c'est un entretien normal, et faites comme si vous ne parliez qu'à une seule personne. Toutefois vous devez veiller à regarder et à vous adresser à chaque personne dans des proportions à peu près équivalentes.
3. En groupe : C'est l'un des plus compliqués à gérer pour vous car il faudra, à la fois, faire attention à vous, mais également aux autres.

En règle générale les personnes présentes sont de compétences techniques égales. C'est leur comportement vis-à-vis des autres qui va être jugé.

4. En cabinet de recrutement : La première chose à savoir est si l'entretien que vous passez va servir au cabinet pour référencer votre CV, ou s'il y a tout de suite une offre derrière. La méthode est similaire à un entretien classique.

- Les objectifs de l'entretien :

Le candidat :

- Convaincre l'employeur de sa motivation et de son intérêt pour le poste
- Se distinguer par rapport aux autres candidats en lice
- Vérifier que le poste proposé convient à ses aspirations et ses attentes
- Réussir à se faire embaucher

L'employeur :

- Découvrir la personnalité du candidat
- Contrôler et approfondir les informations données dans le C.V.
- Vérifier l'adéquation du profil au poste à pourvoir

Le déroulement de l'entretien :

- 1^{er} temps : le recruteur fournit au candidat des informations sur l'entreprise et sur le poste à pourvoir. Le candidat a le droit de poser des questions d'informations complémentaires
- 2^{ème} temps : le recruteur se présente et définit son rôle
- 3^{ème} temps : le recruteur reprend le C.V pour mieux connaître le candidat (qualités et défauts)

Les phases de l'entretien :

Pour réaliser un bon entretien, il faut respecter un certain nombre de principes.

Nous allons les décomposer en 3 phases : AVANT, PENDANT, APRES

Avant :

- Collecter les informations sur l'entreprise (ses domaines d'activités, ses besoins en compétences)

- Vous renseigner sur la personne chargée d'effectuer l'entretien
- Réfléchir aux questions à aborder avec le recruteur (questions que vous lui poserez)
- Réfléchir aux questions qui seront posées par les recruteurs
- Repérer le lieu où doit se dérouler l'entretien
- Préparer les documents (C.V, attestation de stage, travaux réalisés...etc.)
- Préparer aussi votre présentation à savoir :
 - L'allure (Cheveux coiffés correctement, mains et ongles propres, parfum et maquillage discrets.
 - Les vêtements : Classiques (tailleur pour les femmes, costume pour les hommes)
- Arriver avant l'heure

Pendant :

- Présentez-vous dans l'entreprise 5 ou 10 mn maximum avant le RDV
- Signalez votre présence et indiquez la nature de votre RDV
- Une fois dans le bureau du recruteur :
 - I. Ayez une attitude neutre
 - II. Souriez
 - III. Regardez le recruteur dans les yeux
 - IV. Si on vous tend la main, prenez-la
 - V. Attendez qu'on vous invite à vous asseoir

Après :

- Adresser une lettre de remerciement par exemple : je vous remercie de m'avoir reçu, je vous confirme la motivation que je porte à l'entreprise et au poste que vous m'avez présenté je reste à votre entière disposition pour toute information complémentaire »
- Se renseigner sur la date de l'affichage de résultat

Lors de l'entretien, on évalue les compétences suivantes :

- Les connaissances spécifiques au domaine en question
- L'organisation de la réflexion
- La capacité d'argumenter
- Le sens de la répartie
- La fluidité verbale
- La maîtrise de la langue
- La culture générale

LES QUESTIONS LES PLUS SOUVENT POSEES

- Pourquoi avez-vous choisi de faire ce métier ?
- Parlez-moi de vous !
- Quels sont vos défauts et vos qualités ?
- N'êtes-vous pas un peu jeune pour le poste ?
- Vous avez souvent travaillé seul... êtes-vous sûr de pouvoir travailler en équipe ?
- Rappelez-moi quels étaient les critères de l'offre ?
- Vous croyez que notre entreprise peut vous offrir des perspectives de carrière intéressantes ?
- Que connaissez-vous de notre entreprise ?
- Le travail exigera une grande disponibilité, cela ne vous pose pas de problème ?

La réunion

La réunion est un moyen d'échange d'information, de discussion, qui facilite le diagnostic, la réflexion et la prise de décision. Pour qu'elle soit fructueuse, elle doit être préparée et dirigée

Les différents types de réunions :

La table ronde	Elle permet d'échanger des informations, des idées sur un problème déterminé, dans le cadre d'un groupe de travail, elle aboutit à une décision et à une action
Le débat	Il peut permettre de trouver une solution à un problème. Il doit être bien préparé et bien conduit pour avoir des chances d'aboutir
La réunion d'information	Ascendante : elle permet de consulter la base, de recueillir des informations, des opinions, des impressions Descendantes : elle remplace la note, elle permet une meilleure transmission de l'information
La réunion de discussion	Elle permet d'échanger des opinions pour faire le point sur une question
La réunion de négociation	Il s'agit de rapprocher des positions différentes et d'aboutir à un compromis accepté par tous, elle peut durer un certain temps

Préparer une réunion :

Quoi ?	Dresser la liste des objectifs de la réunion, des points à aborder (ordre de jour précis à communiquer à l'avance aux participants)
Qui ?	Lister les participants : type de public, attentes... Former un groupe homogène et privilégier les petits effectifs
Quand ?	Fixer une date et une durée et s'assurer que les principaux participants sont disponibles
Comment	Veiller aux conditions matérielles de la réunion : salle, documents, matériel nécessaire
Où ?	Convoquer : date, lieu, heure, objet

Disposer la salle

Table rectangulaire	Répartition du groupe en deux populations différentes	Rend difficile l'échange, favorise l'aparté : la communication se fait avec les voisins ou vis-à-vis proches Certaines personnes peuvent se retrouver à l'écart
Table ronde ou ovale	Permet de s'exprimer facilement pas de situation privilégiée, favorise la communication spontanée	Ne convient pas à des groupes trop importants
Salle en U	Adapter à une réunion de travail ou formation Position centrale de l'animateur qui a de plus un accès individuel de chacun	Pas d'inconvénients
Salle de conférence ou salle de classe	Obligatoire pour des groupes d'une certaine taille Convient aux conférences, aux présentations	Ne favorise pas la communication entre les participants L'animateur doit veiller à faire participer la salle (questions)