



BALISE χ^1 :



COMMUNICATION DIDACTIQUE

Entre ce que je pense, ce que je veux dire, ce que je crois dire, ce que je dis, ce que vous avez envie d'entendre, ce que vous croyez entendre, ce que vous entendez, ce que vous avez envie de comprendre, ce que vous comprenez, il y a dix possibilités qu'on ait des difficultés à communiquer. Mais essayons quand même...

Encyclopédie du savoir relatif et absolu, Edmond Wells.

Reprenons chaque terme de l'intitulé de ce cours. D'abord, *laboratoire* nous parle d'expériences, d'expérimentations que nous pourrions mener. D'autre part, la même notion nous souligne l'aspect laborieux, la charge de travail nécessaire à l'élaboration d'un produit dont l'objectif est de communiquer. Le travail, pris désormais dans le sens obstétrical, se propose de donner naissance à un média. Ce travail d'expression, cette communication se veut didactique : enseigner², instruire c'est-à-dire former l'esprit et acquérir du savoir, mais encore éduquer ou élever³.

Une thèse, un mémoire, une EI n'auraient pas grande utilité si, ayant servi à satisfaire une exigence pédagogique ou administrative, ils devaient ensuite rejoindre les rayons encombrés et poussiéreux d'une bibliothèque après avoir été lus par, seulement, quelques personnes. Notre identité professionnelle est en mal pour diverses raisons, dont celle-ci.

Au départ d'un média préexistant, l'exercice n'en est pas pour autant identique. Au départ d'un média écrit, *on* vous demande de changer de vecteur de communication : passer de l'écrit à l'oral comme processus inversé à nos « mauvaises » habitudes professionnelles ; comme pour redécouvrir, réinvestir cette autre forme de communication. S'il y a changement, le produit doit donc être différent dans sa forme comme dans son contenu.

Pourtant, l'objectif est identique : communiquer de manière professionnelle et dans le but de convaincre : c'est l'art de la rhétorique. Le rhéteur est un orateur dont le discours, le fond, et l'éloquence, soit la forme, vise à persuader. L'avocat général et son plaidoyer, le prédicateur

¹ C'est *khi*.

² au sens biblique : faire connaître.

³ C'est aussi prendre de la hauteur !

et son sermon font partager, communiquent leurs convictions, nourries d'arguments. Méthodologie encore puisque le but du discours est de rendre communicable le « au nom de quoi », le « pourquoi » et le « vers quoi » ce travail, cette recherche s'est organisée tout en espérant faire œuvre de pédagogie. Il s'agit donc de concevoir et préparer cette dernière épreuve méthodologique : la présentation, la soutenance ou la défense de votre TFE ou EI. Ma préférence va sans hésitations au second terme.

La procédure EI nous invite donc à partager en 15 minutes notre travail (de fin) d'études, fruit de nombreuses heures de travail étalées en lettres sur quelques dizaines de pages. Une fois encore et jusqu'à la fin, le facteur temps, *Chronos*, est et sera notre pire ennemi. Deux paramètres dont donc à souligner avant de définir ce que sera cette communication :

- l'impératif du verbe compter : un temps limité,
- l'indicatif (passé composé) du verbe lire : ils ont lu.

La communication est donc subjonctive et conditionnelle, les choix se feront impérativement en fonction de ces deux éléments. Alors ... il s'agit d'utiliser la séduction au service de la persuasion, en retrouvant Voltaire : « *faire savoir pour faire valoir* » sans prétendre au bluff.

Comme d'accoutumée, pas de menu mais à la carte. Face à ces deux paramètres, la présentation ne peut être qu'un simple résumé ou se contenter d'être l'exposé des chapitres contenus dans l'ouvrage. Comment en moins de 15 minutes convaincre le jury lecteur ET l'auditoire en :

- rappelant la problématique originelle et originale du travail,
- évoquant l'état des connaissances sur le sujet,
- mettant en évidence l'importance ou la controverse du sujet,
- expliquant le cheminement méthodologique,
- arguant des moyens opérationnels mis en œuvre,
- présentant les résultats,
- soutenant leurs interprétations,
- tirant des conclusions,
- dégageant et soulignant des perspectives,
- illustrant l'exposé de manière attractive et convaincante ?

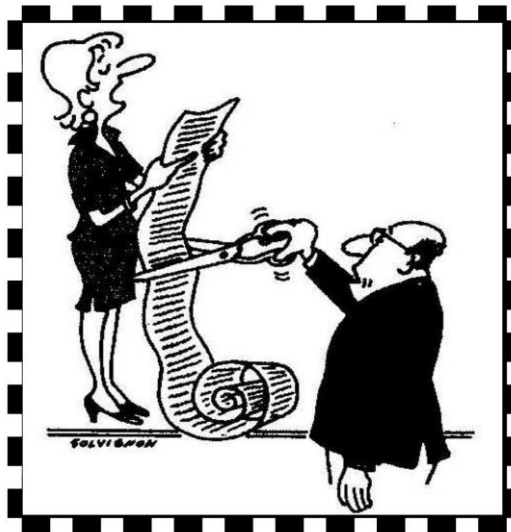
La carte vous oblige donc à choisir (encore !), à limiter votre propos en l'axant, ciblant un point particulier de cet inventaire ou à le dépasser en ajoutant quelques lignes. C'est ne pas vouloir tout communiquer et ainsi opter pour une forme réduite, inévitablement

réductionniste. Il s'agit de vendre vos idées, vos résultats ; la publicité vante le produit mais n'est pas le produit.

En tenant compte des attentes, du cadre pédagogique tel que le définit la procédure EI, mais aussi du niveau des études qui seront par cette épreuve intégrées et conclues, la notion de débat semble porter une certaine valeur ajoutée. Ouvrir, suggérer ou élever² le débat au-delà de son préalable support, l'écrit, témoigne et apporte la preuve d'une maîtrise de l'ensemble du processus ayant concouru à l'élaboration de ce travail. Etre maître de son sujet permet d'affronter les questions, la polémique, la critique ; et la présentation se fait soutenance !

Une fin aussi, sortir les interlocuteurs de leur statut d'auditeur ; un moyen, anticiper. Les auditeurs doivent être convaincus de la validité, de la légitimité de vos affirmations⁴ afin d'y adhérer. L'anticipation s'exerce dans le travail de préparation, allégorie de la cuisinière ou Pareto aux fourneaux !

La méthodologie se fera dans et sur la forme, les choix propres au contenu de cette communication vous appartiennent. Ainsi, nous passerons en revue les outils⁵ et principes de ce média qu'est la communication orale, à concevoir comme une stratégie.



Légende : Sachez que l'on critique rarement la brièveté, mais on se plaint toujours de la longueur. Ne pas s'égarer en voulant trop étendre le discours, se perdre et ne plus être maître de ce que vous dites. La juste mesure s'impose pour ne pas tomber dans

⁴ « Mon produit lave plus blanc que blanc »

⁵ Remarque sempiternelle : l'outil est auxiliaire, un média ; il n'est pas une fin en soi et réclame l'intelligence de l'artisan qui l'utilise, qui le maîtrise : le médiateur !

1. De la structure :

Un exposé se construit à l'aide d'un plan⁶ qui sera cohérent avec l'objectif poursuivi par la présentation.

1°- une ouverture : l'introduction plantant le décor ou l'attaque attractive ;

2°- un corps : vos choix c'est-à-dire la forme réduite ou la sauce mijotée ;

3°- un final : conclusions, perspectives et débats ou les questions incitées.

Comme pour l'écrit, le corps se constitue en première intention, comme préalable, afin de pouvoir l'édulcorer ensuite de l'introduction et de la conclusion qui sont à considérer comme stratégiques. Il faut donc soigner particulièrement ces deux moments-là.

2. De la forme :

Le principe fondamental du communiquer oral sonne comme un vieil adage : *CE QUI SE CONCOIT BIEN, S'ENONCE CLAIREMENT* ! Il s'agit de délivrer un message concis et précis dans un espace-temps qui se veut percutant, attractif et tonique⁷. Trois niveaux sont à envisager pour répondre à ce nouveau défi : la concision du discours, la clarté du discours et la qualité des illustrations.

La réponse à ces trois défis réside dans la qualité des préparatifs.

2.1. Concision du discours :

Quelques principes sont à souligner afin d'éviter le mauvais exemple :

- respecter le temps imparti,
- s'interdire tout bavardage inutile,
- exclure toute digression,
- exclure les généralités et les banalités,
- exclure les fastidieuses énumérations,
- respecter le « BMI » de chaque élément en cohérence avec l'ensemble.

Mauvais exemple : être interrompu ou pressé par le président de séance⁸, devoir abandonner sa chute et potentialiser son stress !

Il s'agit donc de rédiger un texte composé de phrases courtes, à la grammaire limpide et au vocabulaire précis. L'exhaustivité est un vœu pieu ou mission impossible.

Pensez à l'oralité, ce processus inverse désormais enrichi : s'éloigner du texte écrit et

⁶ Voir aussi les techniques de réunion et/ou de résolution de problèmes.

⁷ au prix de la seconde de publicité...

⁸ Cf. page précédente

le traduire du français écrit vers le français parlé. Celui-ci sera testé sans support ; vous devez pouvoir vous en passer, on ne sait jamais !

Sans doute, le fond du message, est-il toujours très important, du moins aux yeux de l'auteur qui le juge original, savant, clair, subtil, passionnant ... mais qui doit en convaincre ses auditeurs passifs, distraits, voire somnolents et, déjà, peut-être préoccupés par ce qu'ils ont eux-mêmes à rétorquer et à critiquer.

Il ne s'agit pas de vaincre l'éventuelle timidité ou le tract communément partagé par une avalanche d'illustrations même parfaites. Le texte mal restitué façon lecture monotone laisse la salle indifférente, voire agacée. Le mauvais exemple qui suit reprend (mal) les trois critères énoncés.

Mauvais exemple générique (traduit de Booth) : « *Recommandations pour bien endormir un public : portez un costume sombre et une cravate assortie, éteignez les lumières, fermez les rideaux, projetez une diapositive encombrée et laissez-la là, restez immobile, lisez le nez dans votre texte, lisez d'une traite sans changement de cadence, ne montrez pas d'images, employez des mots grandiloquents dans de longues, très longues phrases* »

Enfin, est écouté celui qui a quelque chose d'intéressant à dire. Est compris celui qui l'exprime bien. Peut enfin convaincre, celui qui le dit avec l'indispensable accent de conviction et avec la spontanéité du verbe qui naît dans l'instant où il parle.

2.2. Clarté du discours :

Les préparatifs prennent ici la forme de la préparation au sens sportif du terme : se préparer afin de ne pas verser dans l'improvisation. Il est recommandé de répéter en situation afin d'affiner le dispositif. Deux instruments se révèlent alliés : le minuteur et le caméscope⁹. Cet entraînement vise à corriger certains éléments, c'est une sorte de pré-test. D'abord, il s'agit de composer un texte qui ne doit pas être lu, le registre médiatique est différent. Ensuite, le feed-back du *training* permet un certain nombre d'adaptations, en particulier de l'ordre du non-verbal :

- l'intonation comme le rythme et le débit de vos paroles viennent cautionner votre conviction, vos arguments. Le phrasé ne peut donc pas être rapide voire précipité, ni monotone, ni hésitant. Il se doit de témoigner de votre assurance à communiquer sur le sujet sans verser pour autant dans la grandiloquence. Votre respiration doit dicter le rythme.

- le silence et les modulations du phrasé viennent ponctuer votre exposé.
- votre posture doit rejoindre votre propos et son phrasé : ni agitation, ni immobilisme. Votre propos est dynamique, vos arguments sont forts : votre corps, ses mouvements et mimiques viennent souligner vos paroles.
- votre positionnement se fait par rapport à l'auditoire et aux supports, il convient de faire face.
- votre regard sera tourné, porté autant que possible vers les auditeurs, tous les auditeurs. Vous avez votre prompteur !

2.3. Qualité des illustrations :

Le support¹⁰ ne doit pas se substituer à l'orateur, son utilité doit être mesurée. Les illustrations, terme plus adapté, sont un support pour le public et non pour vous¹¹. Il est généralement visuel et doit répondre à deux critères de base : simple et de qualité. De qualité, il sera car il représente votre discours, il le supporte voire vous illustre. Simple, il sera aussi et ce pour deux raisons : concis et clair pour l'auditeur afin de ne pas le distraire ; léger et pratique afin d'être logiquement acceptable.

Les critères d'un « bon » visuel sont :

- être visible de loin,
- éveiller la curiosité, l'intérêt,
- s'imposer du premier coup d'œil,
- se graver dans la mémoire,
- être parlant,
- être esthétique.

Le tout est à consommer avec mesure et cohérence afin de pas verser dans le « *show* », où la qualité du vernis n'a d'égal que la médiocrité de l'objet. Les illustrations-supports peuvent prendre diverses formes : tableau noir ou vert, affiche ou paper-board, notes de synthèse ou abstract¹² sans oublier la diapositive qu'elle prenne la forme verticale du transparent sur rétroprojecteur, ou horizontale et numérisée version PowerPoint®.

⁹ ou la belle-mère !

¹⁰ C'est un mauvais terme.

¹¹ Je ne manquerai pas de relativiser ce propos, mais dans un autre cours.

¹² Quid de l'erratum-errata que vous remettrez peut-être ?

Rapide et efficace sont les deux vertus de base de l'illustration, efficace comme support visuel, rapide à consommer. Si l'auditeur la lit rapidement, il faut donc qu'elle soit courte et ne devra pas être lue à sa place. Efficace, elle le sera si elle ponctue le discours mais ne doit aucunement le répéter, s'y superposer, s'y substituer. L'illustration ne sera pas pour autant distractive ; elle se doit de rester cohérente avec le discours et les finalités de celui-ci. Le support de qualité est rapidement assimilé afin de ne pas détacher l'auditoire de votre parole¹³ qui est et doit rester l'épicentre de la prestation. Quelles fonctions alors ?

- Mettre en évidence l'essentiel,
- Offrir la trame,
- Suivre le discours,
- Renforcer le message en associant vision et audition,
- Illustrer le propos à l'aide de graphiques, tableaux,...
- Accrocher, oui mais pas trop longtemps,
- Ne pas répéter,
- Ne pas tout dire.

Quels critères alors ?

- Facultativité : pouvoir s'en passer et faire sans !
- Sobriété de contenu et d'esthétisme : concision des messages et cohérence de la présentation dans son déroulement¹⁴. Il est préférable de faire peu de qualité que trop de piètre qualité. Il s'agit de vous illustrer (*sic*).
- Lisibilité : respecter l'ordre naturel de lecture, l'attention est attirée sur la partie supérieure mais l'œil enregistre bien les derniers mots.
- Equilibre : veiller au « BMI » forme/contenu.
- Clarté : pas de surcharge de couleurs, d'images mélangées à trop de texte, etc. L'esthétique attrayante de l'image met en valeur le message que l'on veut transmettre sans le noyer. En ce sens, il ne faut pas utiliser trop de caractères différents. Les lettres en gras et larges se lisent mieux que les hautes et maigres ; l'*italique* est peu lisible.

¹³ Il doit être « pendu à vos lèvres » !

¹⁴ pour chaque pièce et pour l'ensemble.

- Digestibilité : tenir compte des facultés d'assimilation, 15 lignes de 7 mots semblent être le grand maximum, idéalement la diapo se lit en 20 à 30 secondes. Quatre objets semblent être un autre *extremum*.
- Symbolique des couleurs¹⁵ : le bleu fait penser au ciel, le rouge au feu ou au sang, le jaune au soleil, le blanc à la lumière. Cette influence est bien entendu culturellement marquée, donc à relativiser.

Bleu	sincérité, sagesse
Rouge	dynamisme
Jaune (jaune)	puissance, science
Blanc (blanc)	clarté, innocence
Vert	calme, vérité

Reprenons les trois principaux types de supports même si les remarques se croisent et ne sont que rarement spécifiques : le tableau, le transparent, le diaporama.

1°- Le tableau :

Sans risque de panne technique, il est d'une manipulation simple et économique. Il offre une visualisation d'ensemble de l'exposé, et peut donc parfaitement convenir de complément. Les caractères seront soignés et lisibles. Toutefois, s'il est rempli au cours de l'exposé, vous aurez à tourner le dos tout en cachant partiellement ce que vous écrivez et ... ce que vous dites !

2°- Le transparent : « *slide* » ou « *acétate* »

Il est recommandé de les typographier en utilisant la photocopieuse¹⁶ ou les imprimant plutôt que de présenter des transparents manuscrits. Pour les documents réalisés à main levée, il vaut mieux utiliser la technique du décalquage aidée d'un normographe.

Pour être lisibles de l'assemblée, les caractères seront suffisamment grands et épais (minimum 16 pt ou 0,5 cm). Cette taille oblige à choisir un interligne adapté ; la page suivante suit. Des couleurs peuvent être rajoutées y compris en cours de projection. Certaines couleurs passent mal au rétroprojecteur : le jaune, le bleu clair.

¹⁵ Inspiré par Duveau Patureau Véronique.

¹⁶ Il ne s'agit pas d'utiliser les mêmes transparents sous peine de faire de la sculpture en PPC.

TIMES NEW ROMAN 10 **TIMES NEW ROMAN 10**

TIMES NEW ROMAN 10 **TIMES NEW ROMAN 10** INTERLIGNE SIMPLE

TIMES NEW ROMAN 10 **TIMES NEW ROMAN 10** INTERLIGNE UN ET DEMI

TIMES NEW ROMAN 10 **TIMES NEW ROMAN 10** INTERLIGNE DOUBLE

TIMES NEW ROMAN 12 **TIMES NEW ROMAN 12** INTERLIGNE DOUBLE

TIMES NEW ROMAN 14 **TIMES NEW ROMAN 14**

TIMES NEW ROMAN 16 **TIMES NEW ROMAN 16**

TIMES NEW ROMAN 18 **TIMES NEW ROMAN 18**

TIMES NEW ROMAN 20 **TIMES NEW ROMAN 20**

TIMES NEW ROMAN 24 NORMAL

TIMES NEW ROMAN 26 NORMAL

T.N.R. NORMAL 36

T.N.R. NORMAL 48

T.N.R. NL 72

La feuille de film plastique est au format A4, soit 21 x 29,7 cm tandis que la planche de rétroprojection est carrée¹⁷. Ainsi, seuls les 3/4 de la surface du transparent sont exploitables. Le glissé a ses avantages tant qu'il fonctionne dans le bon sens. Le transparent peut être considéré comme une diapositive bon marché, les ciseaux sont souvent utiles.

Cette surface, ainsi constituée, offre 3 blocs d'écriture, soit un maximum de 3 x 5 lignes. En aucun cas¹⁸, le transparent ne représente la page d'un livre ou de l'EI. Quitte à se répéter : pas de longues phrases mais du slogan publicitaire ou des clés mnémotechniques.

Chaque transparent, comme chaque diapositive, porte son titre, éventuellement assorti de son numéro d'ordre. Cette option est utile d'un point de vue logistique.

Alliant l'avantage de lisibilité maximale et de manipulation confortable, les cadres localisent la lumière au centre. Les bords d'un transparent sont toujours flous¹⁹. Ces marges doivent être encore élargies dans le cas d'un tableau ou d'un graphique, ces illustrations doivent être centrées au maximum. Par ce cadre, le transparent devenu plus rigide n'en devient que plus aisé à manipuler. Les intercalaires peuvent également faciliter le maniement.

Il est prudent de s'entraîner à l'utilisation des transparents comme du rétroprojecteur. Une règle de base consiste à ne jamais laisser un rétroprojecteur allumé à vide : cela éblouit et distrait le public.

Il faut donc démarrer en charge, c'est-à-dire allumer avec un transparent pour ensuite, faire du fondu-enchaîné. En cours d'exposé, ne pas hésiter à éteindre le rétroprojecteur et terminer aussi en charge.

D'une réalisation accessible à tous, le rétroprojecteur offre encore des avantages :

- on peut revoir une information en remontrant un transparent afin de répondre à une question, par exemple ;
- on peut dupliquer par photocopie le support afin de le distribuer, de préférence en fin de séance, aux participants ;
- on peut écrire sur le support pendant sa projection pour l'animer ou le compléter ; le stylo-feutre est d'ailleurs utile comme pointeur²⁰,

¹⁷ Dont les dimensions sont 25 x 25 cm.

¹⁸ Exception faite pour le fac-similé du questionnaire, d'une grille d'entretien ou d'observation.

¹⁹ Parfois tout est flou : pensez à nettoyer le plan, le miroir et la lentille du *rétro*. Attention aux traces de doigts.

²⁰ Moins militaire que la baguette.

- on peut (doit) rester face à son auditoire au cours de son exposé, en pointant sur la feuille plutôt qu'à l'écran²¹. Pour autant, il ne faut pas lire le document !
- on peut utiliser le cadre pour y fixer des rabats. Vous « amenez » l'information en cours d'exposé permettant ainsi l'animation de votre présentation. Cette formule est plus dynamique que celle qui consiste à utiliser des caches. Il en sera de même avec l'outil suivant !
- on peut allumer et éteindre le rétroprojecteur. Il éclaire et génère du bruit . Si une question est posée, ne laissez pas l'appareil allumé, sauf si la réponse est contenue dans le visuel. S'il est rétro, il est aussi projecteur : le fait de rallumer (ou d'éteindre) fera reprendre l'attention du public.

3°- Le diaporama

PowerPoint®, avec le diaporama qu'il permet de concevoir, a progressivement remplacé les diapositives, rendant cette technique plus accessible et plus aisée. Il permet d'inclure un grand nombre d'options : graphiques, images, photos, animations, sons, etc.

Le danger vient d'ailleurs de cette profusion de possibilités. La qualité de l'outil, ses multiples fonctionnalités et performances ne garantissent pas nécessairement l'excellence des résultats. En outre, ce type de logiciels ne dispense pas l'utilisateur d'un travail d'analyse rationnelle en amont.

Plus difficile de gérer le principe : ne pas laisser un visuel en parlant de ce qui n'y figure pas : les auditeurs regardent ce qui est projeté et n'écoutent pas ce qui est dit. N'oubliez pas d'utiliser le mode « trieuse de diapositives ».

- Choisir de préférence les fonds sombres aux fonds clairs, en texte inversé. La lisibilité sera meilleure et les changements de vue seront plus supportables. A la préparation, le diaporama doit paraître surexposé afin de compenser la dispersion.
- Attention aux associations plutôt malvenues de teintes. Il est préférable d'utiliser un des assemblages suggérés et le conserver pour l'intégralité du diaporama. L'harmonisation est impérative.

²¹ Danger de torticolis.

- Les animations sont à consommer avec modération, surtout ne paramétrez pas le minutage de votre diaporama. Pour répondre à ces choix, rappelez-vous du type et de la destination de la communication envisagée.
- La règle des « 15 lignes » doit être réduite de moitié.
- Pour un histogramme, six colonnes est un maximum ;
- Pour un tableau, colonnes par lignes : maximum 2 x 3 ou 3 x 2 ;
- Ne pas oublier les règles de présentation : titre, légende et axes. Ici, il est souhaitable d'écrire la légende de l'ordonnée horizontalement.

3. Du débat à la soutenance :

Etape essentielle de votre présentation, il ne faut pas s'y soustraire et il est même de bon ton de l'inviter, de suggérer le débat. Votre maîtrise du sujet, la connaissance des points forts et des limites de votre travail seront vos meilleurs alliés dans les préparatifs comme dans le déroulement de cette ultime partie.

L'anticipation est ici encore *ad hoc*, elle vous procurera de l'aisance, de l'assurance face aux questions qui ne doivent en aucun cas être perçues comme des attaques.

Quelques règles sont également utiles dans cet exercice :

- renvoyer autant que possible au texte, au contenu du travail écrit avec sa structure, ceci témoigne d'emblée d'une certaine maîtrise du produit « commercialisé » ;
- ne pas vouloir répondre à tout prix ;
- prendre le temps de répondre ;
- préparer les éventuelles questions des membres du Jury ; en devinant leurs dadas, leurs points d'intérêts, en connaissant et reconnaissant les failles, les erreurs, les omissions de votre travail. Ici réside une manière plus adaptée de transmettre un *errata* qui doit rester une pratique marginale, propre à l'édition : les erreurs de frappe ou coquilles. Celui-ci peut dans bien des cas être évité par des lectures multiples et répétées, voire assistées du travail.
- Les questions du Jury prennent diverses formes :
 - un jugement soulignant la qualité, la pertinence, l'originalité du travail ;
 - une analyse de votre méthodologie en fonction des attendus ;
 - une question pointue sur un concept, sur une référence²², sur une étape de la méthode, sur un résultat ;

²² ou son absence !

- une remarque visant à souligner une faille dans le développement, un biais ignoré, tentant ainsi de vous interpellier ;
- une requête à éclaircir votre position afin de tester votre argumentaire ;
- une opinion différente, divergente de la vôtre ; toujours complémentaire, la controverse vise à discuter ;
- une critique visant à développer, à pousser le raisonnement au-delà...

Faire un mémoire, c'est prendre du plaisir, et le mémoire, c'est comme le cochon, on n'en jette rien.

Umberto Eco

Faire un mémoire, c'est prendre du plaisir, et le mémoire, c'est comme le cochon, on n'en jette rien.
Umberto Eco

