

FORMATION

« Dialogue et débat : communication et prise
de parole en public »

FORMATEUR : ALLIOU TRAORE, MERCY CORPS

MODULE I : COMMENT STRUCTURER DE MANIÈRE EFFICACE VOTRE DISCOURS ?

SOMMAIRE

INTRODUCTION	4
LE CHOIX DU SUJET	4
DEFINIR L'OBJECTIF/IDÉES PRINCIPALES	5
FAIRE UN PLAN	5
DÉVELOPPER L'INTRODUCTION	6
PRÉPARER LE CORPS DU DISCOURS /LE DEVELOPPEMENT	7
LA CONCLUSION	8
EXEMPLE DE PLAN DE DISCOURS	8
POINTS CLES À RETENIR	9

Comment structurer de manière efficace votre discours ?

INTRODUCTION

En tant qu'orateur, votre rôle consiste à exprimer vos idées devant les autres, en cherchant éventuellement à les persuader de passer à l'action. Votre auditoire sera plus réceptif à vos efforts si vous prenez le temps d'organiser vos idées selon une certaine logique. Des discours bien structurés présentent plusieurs avantages pour l'auditoire :

- On les comprend plus facilement : un discours bien structuré aidera votre auditoire à savoir de quoi vous parlez et où vous voulez en venir.
- On s'en souvient plus facilement : un discours bien structuré permet à votre auditoire de mieux repérer les différentes idées que vous exposez et de s'en souvenir plus facilement.
- On les croit plus facilement : on accorde plus de crédit et de confiance aux orateurs qui ont pris le temps de structurer leurs présentations qu'à ceux qui font des discours incohérents et décousus.
- On les apprécie plus : les auditoires apprécient les présentations soigneusement préparées qui les guident par étapes du début à la fin.

De plus, structurer votre discours vous aidera personnellement. Si vous réfléchissez aux idées que vous voulez faire passer, et à l'ordre dans lequel vous allez les présenter, cela vous aidera probablement à ne rien oublier, et votre présentation en sera plus efficace.

LE CHOIX DU SUJET

La première étape de la rédaction d'un discours est le choix du sujet, exercice que les orateurs débutants trouvent parfois difficile. Le monde regorge de sujets possibles. Mais vous devez relever un défi en choisissant celui qui convient le mieux à votre auditoire et à vous-même. Trouver un sujet est à la portée de n'importe qui et ne devrait pas exiger de longues heures de recherche ou de réflexion. Voici quelques suggestions :



- Des sujets qui portent sur votre vie quotidienne, votre société ou qui affectent votre vie ou celle de votre communauté (ex : votre regard sur la société, vos relations avec votre famille / amis / communauté, les difficultés que vous rencontrez en tant que jeunes leaders, etc.)
- Des discussions que vous avez eues récemment avec des amis ou des collègues
- Des articles de journaux ou de magazines qui vous ont intéressé
- Votre expertise dans certains domaines – la non-violence, les violences basées sur le genre, la participation politique, le rôle des femmes dans la société, le rôle des jeunes dans la société, l'éducation, la place du Mali dans le monde, le dialogue de paix et de réconciliation, la lutte contre l'extrémisme violent, la résilience des jeunes contre l'extrémisme violent, etc.

Tous ces sujets peuvent générer des idées pour un discours. Lorsque vous serez devenu un orateur plus expérimenté, vous rencontrerez des situations qui vous feront penser : « Ce serait un bon sujet de discours ! ». Notez ces idées et mettez-les de côté. Vous serez content de les retrouver lorsque vous en aurez besoin.

/!\ Faites attention à ne pas choisir un sujet trop vaste. Par exemple, au lieu de parler de violence – un sujet général – réduisez-le pour ne parler que de la violence chez les jeunes ou encore les trajectoires des jeunes qui se radicalisent, un sujet beaucoup plus ciblé. N’oubliez jamais que votre discours ne dure que quelques minutes, et que vous aurez besoin de ces quelques minutes pour développer une seule facette d’un vaste sujet. Veillez à ce que votre sujet soit développé dans les minutes imparties et convienne à votre auditoire.

DEFINIR L’OBJECTIF/IDÉES PRINCIPALES

Après avoir choisi votre sujet, définissez l’objectif que vous souhaitez atteindre. Un discours peut avoir plusieurs objectifs, il peut s’agir de convaincre l’auditoire, d’informer, d’enseigner, etc.

Si vous avez choisi, par exemple, de parler de trajectoires des jeunes qui rejoignent les groupes armés, votre intention est-elle de convaincre votre auditoire qu’il y a des facteurs structurels, qui les poussent à aller dans ce sens ? Voulez-vous mettre en avant le rôle des communautés ? Le manque d’opportunités économiques ?

FAIRE UN PLAN

La prochaine étape de préparation de votre discours consiste à organiser vos idées en une suite logique, ce qui vous aidera à réaliser votre objectif. Il n’existe pas de « meilleure » façon pour organiser un discours. Vous avez le choix de la méthode, et celle que vous choisirez dépendra souvent du sujet que vous avez décidé de développer et de votre objectif.



Quelques idées cependant :

- La chronologie.
L’organisation du discours repose sur le déroulement temporel des événements. Si, par exemple, votre prochain discours consiste à parler de la crise que connaît le Mali, vous pouvez remonter aux années 1960 pour rappeler les premières rebellions, les facteurs liés au processus de démocratisation des années 1990 et terminer par la période actuelle. Votre discours peut également décrire les différentes étapes d’un processus – par exemple les cinq étapes nécessaires pour un changement de carrière.
- L’espace.
Ce type de discours suit généralement une ligne directrice. Dans notre exemple, vous pouvez commencer par parler de l’arrivée des groupes terroristes au nord du pays, puis leur descente vers Mopti, ce qui menace de plus en plus la capitale Bamako plus au sud.
- La causalité.
Ce type de discours démontre la relation de cause à effet. On commence souvent par parler des effets, puis des causes. Dans notre exemple on pourra parler notamment des griefs de la

population envers le gouvernement (sentiment d'abandon dans certaines régions) qui a pu faciliter l'arrivée, le développement et la propagation des groupes terroristes dans le pays.

- La comparaison.

Vous comparez ou opposez plusieurs propositions ou plans, généralement dans le but de convaincre votre auditoire qu'un plan ou une proposition est préférable aux autres. Dans notre exemple, vous pourriez comparer la situation au Mali avec un autre pays, ou comparer deux régions du Mali où la présence des groupes terroristes est différente.

- Les sujets subsidiaires.

Ce type de discours divise le sujet principal en sous-sujets. Dans notre exemple, vous pourriez traiter de la crise sur les plans politique, économique et social.

- Le problème et sa solution.

Vous exposez un problème qui doit être résolu et vous proposez une façon de le résoudre. Ce type de structure est particulièrement efficace si vous essayez de motiver votre auditoire à s'engager dans une action précise. Dans notre exemple, un discours décrivant les impacts de la présence des groupes terroristes au Mali, à condition toutefois que vous puissiez expliquer précisément les problématiques liées cette présence et décrire ce qui peut être fait pour y remédier.

DÉVELOPPER L'INTRODUCTION

Tout discours doit comporter une introduction, un développement et une conclusion. L'introduction doit capter immédiatement l'attention de votre auditoire en lui disant de quoi vous allez parler. Voici quelques exemples d'introductions efficaces :

- Une question surprenante ou une déclaration provocante
- Une citation, une illustration ou une histoire en relation avec ce que vous allez dire.
- La présentation d'un objet ou d'une image
- Une généralité saisissante en relation avec votre sujet



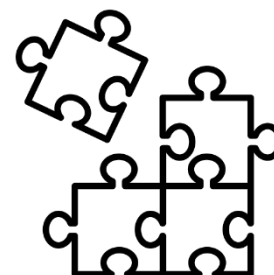
*« J'entends partout que le Sahel est terrorisme, radicalisation et extrémisme...cela n'est pas vrai. Au Sahel, il y a de la culture partout. Les gens chantent ensemble, le gens dansent ensemble, les gens rient »
Ouverture du discours de M. Yehyia Boré, Side-event « Engagement des jeunes et résilience contre l'extrémisme violent au Sahel »
organisé à l'occasion de la 74e session de l'Assemblée générale des Nations Unies*

Évitez les introductions inefficaces suivantes :

- Des excuses
- Une histoire ou une blague sans rapport avec votre sujet
- Une banalité prononcée sans relief
- Une déclaration ou une histoire qui s'éternise
- Une question banale du genre : « Vous est-il déjà arrivé de penser que... »

PRÉPARER LE CORPS DU DISCOURS /LE DEVELOPPEMENT

Le corps est la partie principale de votre discours, il est composé des faits ou des idées que vous souhaitez exposer. Le volume d'informations que vous allez inclure dans le corps sera limité par le temps dont vous disposez et dépendra de ce que votre auditoire est en mesure d'absorber. La plupart des auditeurs se souviendront seulement de trois à cinq idées ou faits principaux. Pour un temps de parole de moins de 15 minutes, trois faits ou idées sont déjà suffisants.



Quels sont les faits ou les idées que vous souhaitez exposer ? Vous trouverez certainement utile de noter tout ce qui vous vient à l'esprit sur de petites fiches : une fiche par idée ou fait, une phrase par fait ou idée. Choisissez ensuite les trois meilleurs ou plus importants faits ou idées. Ce seront les idées ou les faits principaux que vous présenterez. Organisez-les dans l'ordre qui vous paraîtra le plus efficace pour faire passer votre message.

Par exemple, si vous rédigez un discours présentant les avantages de l'implication des jeunes dans le processus de résolution des conflits au niveau local, les trois principaux points que vous pourriez choisir sont :

1. Impliquer les jeunes dans ce processus améliore le dialogue intergénérationnel
2. Impliquer les jeunes dans ce processus renforce leur responsabilité citoyenne
3. Impliquer les jeunes dans ce processus permet d'assurer le transfert des savoirs et compétences endogènes

La prochaine étape de la construction du corps de votre discours consiste à décliner chaque idée principale en idées secondaires. Un point secondaire permet de clarifier, souligner, ou prouver l'idée ou le fait énoncé. Les points secondaires rendent le discours plus intéressant et aident les auditeurs à se souvenir de l'idée ou du point principal. Par exemple, un point secondaire pour le point n° 1 cité ci-dessus pourrait être : « cette implication va améliorer les rapports entre jeunes et aînés, induire une connaissance réciproque et par conséquent une meilleure confiance ».

Chaque point secondaire sera ensuite renforcé par des arguments. Ces arguments de renfort peuvent être :

- Des statistiques : des chiffres qui apportent des informations sur certains incidents, certaines données, certains événements.
- Des témoignages : des citations ou opinions d'experts en la matière.
- Des exemples, des histoires ou des anecdotes : font généralement allusion à quelque chose qui est réellement arrivé, à vous-même ou à une personne que vous connaissez, ou que vous avez lu dans un journal ou dans un magazine.
- Des supports visuels : des courbes, des tableaux, des images, des modèles, ou tout autre objet.
- Des faits : des informations vérifiables.

Quelle que soit la méthode de support que vous choisirez, assurez-vous qu'elle soit pertinente.

/!\ Faites attention aux transitions. Vous devez aider votre auditoire à passer sans heurts d'un sujet à un autre. Les transitions sont ces ponts précieux qui permettent aux auditeurs de suivre les idées présentées et de voir la relation entre ces idées. Elles servent généralement pour passer :

- de l'introduction au développement du discours
- d'un point principal à un point secondaire
- d'un point secondaire aux arguments de renfort
- des arguments de renfort à un autre point principal
- des derniers arguments de renfort à la conclusion.

Les transitions peuvent être des mots, des phrases, des déclarations, ou des questions. *Voici quelques mots de transition : après, également, mais, ensuite, selon, enfin, plutôt, ultérieurement, entretemps, puis, déjà.*

Voici quelques phrases de transition : *par conséquent, en résultat, au lieu de quoi, qui plus est, par la suite, plus tard, par exemple, en outre, plus précisément, par contre, cela signifie, pour illustrer.*

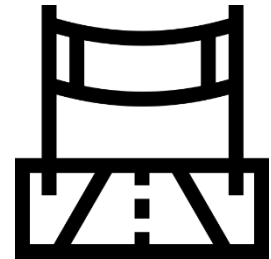
Voici quelques exemples de déclarations ou questions de transition :

« Si ce programme est si précieux, pourquoi chacun y résiste-t-il ? »

« Nous devons tenir compte de trois choses pour développer ce nouveau produit. La première chose est... La seconde est... La troisième est... »

LA CONCLUSION

La conclusion est votre dernière chance de faire passer votre message et vos idées principales de telle sorte à laisser un souvenir durable dans l'esprit de ceux qui vous écoutent. Elle devra renforcer vos idées et laisser à vos auditeurs une impression durable. Si votre discours est de type informatif, vous devrez conclure par une synthèse des idées présentées dans le corps du discours. Si vous aviez l'intention de convaincre vos auditeurs ou de les pousser à faire quelque chose, vous pourrez leur proposer de s'engager dans un certain type d'action. Vous pourrez ensuite conclure par une remarque finale, c'est-à-dire en leur proposant un défi, en leur posant une question, ou en leur racontant une anecdote ou une citation.



/!\ Attention, au moment de conclure, il peut arriver que vous vous souveniez soudainement de quelque chose que vous avez oublié de dire. Résistez à la tentation d'en parler à cet instant. Si vous introduisez un nouveau sujet dans votre conclusion, vous risquez de semer la confusion dans l'esprit de vos auditeurs. De même, ne vous excusez jamais pour avoir ou ne pas avoir dit ou fait quelque chose au cours de votre intervention. Terminez en force et en confiance.

« Les jeunes ne sont pas l'avenir, ils sont le présent et l'avenir doit être préparé aujourd'hui »
Conclusion du discours de Mme Bahama Nantoumé, Side-event « Engagement des jeunes et résilience contre l'extrémisme violent au Sahel » organisé à l'occasion de la 74e session de l'Assemblée générale des Nations Unies

Vous trouverez ci-dessous le plan d'un discours composé de trois points principaux :

A. Introduction

- Elle doit capter l'attention de l'auditoire
- Elle présente le sujet du discours

B. Développement

- Point principal
 - o Point secondaire
 - o Arguments de renfort
- Point principal
 - o Point secondaire
 - o Arguments de renfort
- Point principal
 - o Point secondaire
 - o Arguments de renfort

C. Conclusion

- Retour sur les points ou synthèse
- Appel à l'action ou déclaration mémorable

POINTS CLES À RETENIR

L'objectif de ce module est de structurer efficacement votre discours. Votre mission consiste à :

- Choisir un type de plan qui convienne à votre sujet et qui permette à vos auditeurs de suivre et comprendre facilement votre présentation.
- Clarifier autant que possible le message que vous voulez faire passer à votre auditoire grâce à des points principaux, des points secondaires et des arguments.
- Utiliser des mots, des phrases, des déclarations ou des questions de transition appropriés pour passer d'une idée à une autre.
- Préparer une introduction et une conclusion qui frappent les esprits. Vous trouverez peut-être utile de les apprendre par cœur.

