

**République Algérienne Démocratique et Populaire**  
**Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche**  
**scientifique**  
**Université Abderrahmane Mira de bejaia**

**Cours de Techniques de Communication orale**

**Dr. IDIR Azedine**

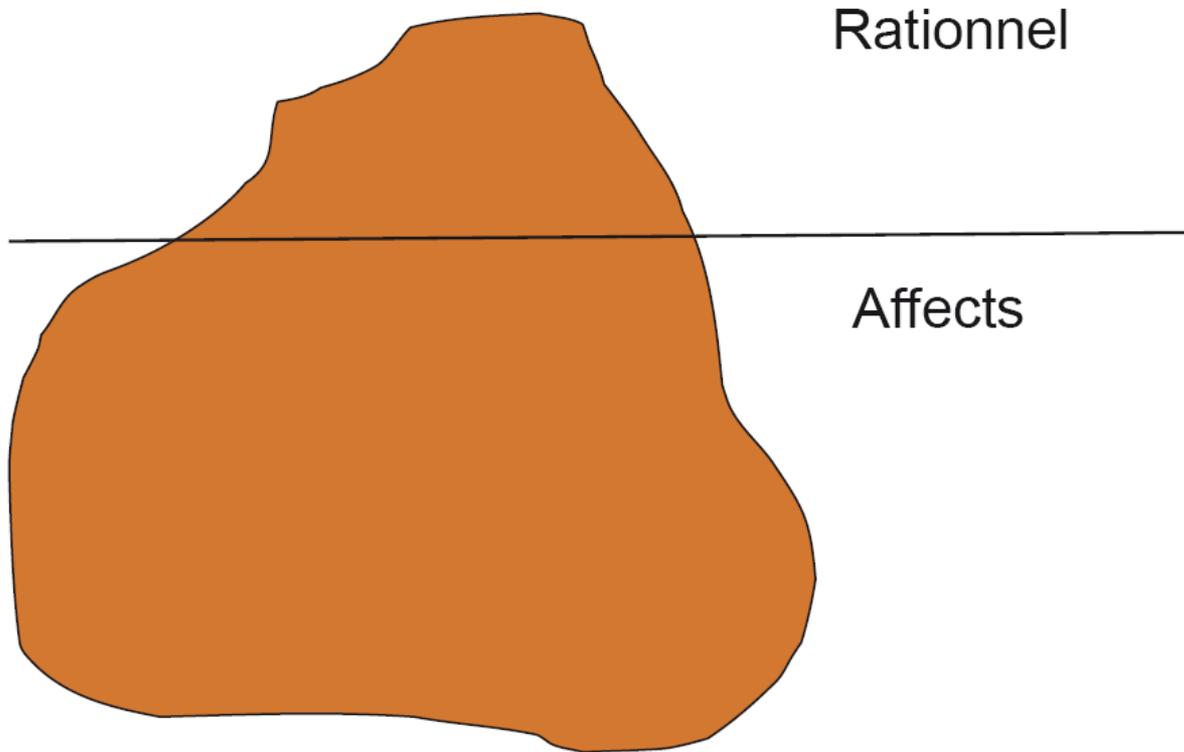
**Année universitaire 2024 / 2025**

## **La communication**

l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un. Elle peut aussi désigner l'ensemble des moyens techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène.

# 1. QUELQUES GRANDS PRINCIPES DE LA COMMUNICATION

## 1.1 L'HUMAIN EST UN ICEBERG : LA COMMUNICATION S'ADRESSE D'ABORD AUX AFFECTS



## 1.2 LE MESSAGE EMIS N'EST PAS LE MESSAGE REÇU

Ce que j'ai à dire	100%
Ce que je pense à dire	90%
Ce que je sais dire	80%
Ce que je dis effectivement	70%
-----	
Ce qu'il entend	60%
Ce qu'il écoute	50%
Ce qu'il comprend effectivement	0%
Ce qu'il admet	30%
Ce qu'il retient	20%
Ce qu'il dira ou répétera	0%

***« L'important n'est pas ce qui est dit... mais ce qui est perçu. »***

## 1.3 NOS MODES DE PERCEPTION

### 1.3 NOS MODES DE PERCEPTION

Nous percevons par :

- Le goût 1%
- Le toucher 1,5%
- L'odorat 3,5%
- L'ouïe 11%
- La vue 83%

Nous retenons de ce que nous :

- Lisons 10%
- Entendons 20%
- Voyons 30%
- Disons 80%
- Disons en faisant quelque chose 90%

## 1.4. 93% DE CE QUE NOUS DISONS PASSE PAR LA COMMUNICATION NON-VERBALE

L'acceptation de notre idée n'est due qu'à **7%** au choix du mot lui-même (c'est-à-dire au verbal)

Les gestes et mimiques sont détenteurs de la majeure partie de l'impact = **55%**

Les intonations, le rythme, le débit de la voix... = **38%**

## 1.5 LES REGISTRES D'EXPRESSION

### Registres d'expression

### Impact

### Interaction

---

Agressivité

Ironie

Rejet

**ZONE de COMMUNICATION  
NEGATIVE**

---

Défiance

Retenue

Non adhésion

**ZONE de**

Sobriété

Neutralité

**COMMUNICATION  
ACCEPTABLE**

---

Sympathie

Enthousiasme

Adhésion

Exubérance

Vulgarité

Rejet

**ZONE de COMMUNICATION  
NEGATIVE**

## 1.6 POUR ETRE PERSUASIF

**Charisme = créer du lien et le maintenir**

- Proximité

Physique, vocabulaire, posture...

- Apparence agréable

Sobriété

- Estime du public

Considération positive

- Sérénité

Donne confiance (car a confiance en soi),  
humour

## **2. LES QUATRE COMPOSANTES DE L'ART ORATOIRE**

## **2.1 LE MENTAL**

**Je répète mon discours** devant un miroir ou un auditoire amical afin de prendre conscience de mon apparence physique et de ma gestuelle.

**Je m'enregistre** : cela permet de réentendre ma voix et de la travailler dans le ton, le débit...

**Je pratique régulièrement des exercices d'articulation**, surtout si j'ai un débit de voix trop rapide.

Seul le temps et la persévérance modifieront ma façon de parler.

**J'utilise des techniques de relaxation** afin de gérer mon trac (respiration ventrale, visualisation positive...)

**J'utilise des notes** (fiches, mode commentaires du diaporama...)

## 2.2 LE VOCAL

Je veille au **son** de ma voix et à son **volume**

Je varie le **débit**, le **rythme** et les **intonations** en fonction de :

- l'importance de ce que je dis
- du type de message véhiculé

J'utilise les **silences** pour créer des respirations et faciliter la compréhension du message (même au milieu d'une phrase)

### J'article

**Donnez vie à votre message et répétez ce qui est important**

Plus ce que je dis est important et plus je ralentis en baissant le ton.

A l'inverse, les exemples, anecdotes et illustrations doivent être présentées sur un rythme soutenu.

Les instants de silence paraissent toujours beaucoup plus longs à l'orateur qu'aux spectateurs.

## 2.3 LE VISUEL

### **Le regard**

Regardez vos interlocuteurs

Le seul regard expressif est celui qui s'adresse à une personne en particulier.

Vous délimitez préalablement le champ en repérant des individus placés aux angles de la salle

Dans le cas d'un texte lu, vous regarderez vos interlocuteurs en une seule fois, pendant les fins de phrases (de 5 à 10 mots selon vos possibilités) ; puis vous redescendrez dans votre texte, sans précipiter la reprise.

### **Les gestes**

OUI : hauts, volontaires, extravertis, ouverts et ronds, précis et complets

NON : bas, parasites (auto-contact, objet...), barrières, répétitifs

Il suffit de positionner vos bras pour les rendre libres ; ils s'animeront naturellement.

Les gestes sont là pour faciliter l'imagination des spectateurs en situant les idées ou les images dans l'espace.

## **Les mimiques**

### **Le sourire**

Combien de personnes se disent ravies d'être là avec une tête de « six pieds de long »

### **La posture**

Libérez le corps pour libérer l'esprit !

Plus vous êtes stressé et plus vous vous repliez sur vous-même, et plus vous vous repliez, moins bien vous respirez et ... plus vous êtes stressé !

### **La distance**

### **Le « look »**

**... sont autant de points déterminants à soigner**

**Avant de prendre la parole, pensez à :**

**OUVRIR** votre gestuelle                      faire des gestes, ne pas avoir d'auto-contact

**AVANCER** vers votre public                même de quelques centimètres

**REGARDER**                                      pour créer le contact

**RESPIRER**

**SOURIRE**                                      votre « humanité » en plus

***Un mauvais orateur ferait exactement l'inverse!***

**N'oubliez pas que le premier contact :**

- est CAPITAL ;
- est UNIQUE ;
- exige la PERFECTION.

## 2.4 LE VERBAL

Adaptez votre langage à l'auditoire

Employez une expression concrète et précise

Attention aux termes généralisant, globalisant

Utilisez des phrases courtes et simples : sujet + verbe + complément (entre 15 et 20 mots par phrases)

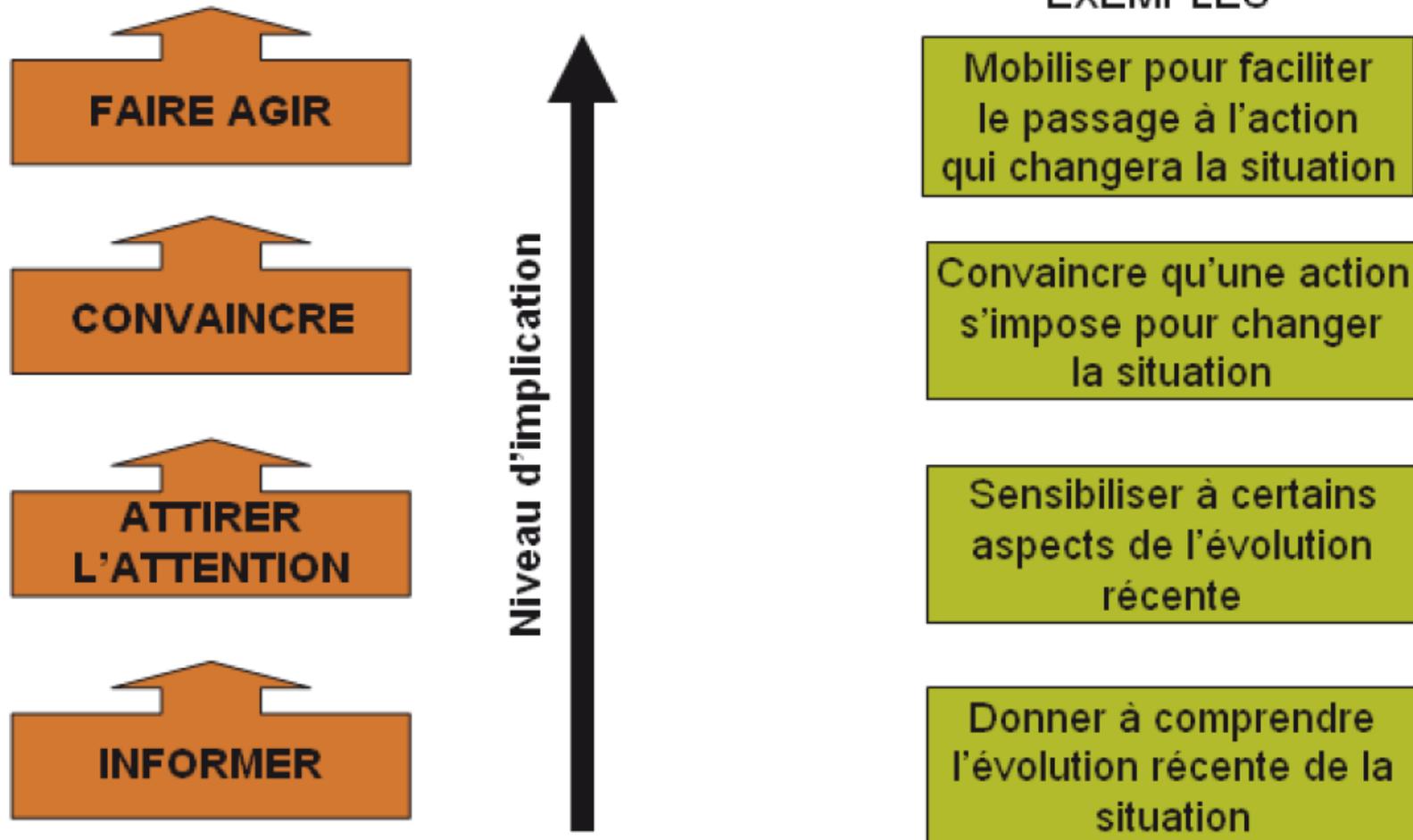
Choisissez des tournures de phrases actives, des verbes d'action, des mots positifs

Impliquez-vous ! Dites « je » - Impliquez l'auditoire ! Dites « vous » et « nous »

### **3. PREPAREZ VOTRE INTERVENTION**

## 3.1 LES QUESTIONS A VOUS POSER

### 3.1.1 Quel est votre objectif ?



### 3.1.2 Quelle est votre cible de communication ?

**Nous agissons tous en fonction de motivations  
qui nous sont propres**

De quoi a-t-il  
besoin ?

De combien de  
temps dispose-t-il ?

Quels sont ses  
intérêts et ses  
centres d'intérêt ?

Qu'est-ce qui le  
motive ?

Que sait-il, ou ne sait-  
il pas, du sujet ?

*« On peut convaincre les autres par ses propres raisons ; mais on ne les persuade que par les leurs. »*

*Pensées de Joseph Joubert (1754-1824)*

Nous pourrions allonger indéfiniment la liste des questions à se poser sur nos interlocuteurs (destinataires) :

- Quelle est la qualité des personnes présentes ?
- À quelle catégorie socioprofessionnelle appartiennent-ils ?
- Quelle est leur culture ?
- Qu'est-ce qui leur plaît / déplaît ? Quels sont leurs tabous ? Quels sont les termes à bannir ? Quels sont leurs a priori ?
- Combien sont-ils ?
- Qu'attendent-ils ?
- Quelles sont leurs priorités ?
- Quels sont leurs besoins ?
- Quel est l'historique de vos relations avec eux ?
- Quel est leur pouvoir (de décision, d'influence...) ?
- Quel est leur niveau de connaissance du sujet ?
- Que vont-ils gagner à vous suivre ? Quelles pourraient être leurs objections ?...

Mieux vous connaissez vos destinataires, mieux vous arriverez à les convaincre !

## 3.2 UN OUTIL : LE QQQQCCP POUR N'OUBLIER AUCUN ASPECT DU SUJET

Qui ?

Quoi ?

Où ?

Quand ?

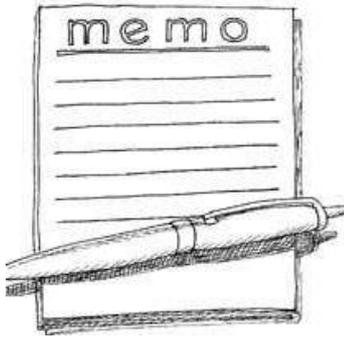
Comment ?

Combien ?

Pourquoi ?

Cette formule reprend les questions clés proposées par Quintilien, rhéteur et pédagogue latin du 1er siècle apr. J.-C. Elle permet de cerner la totalité d'un sujet.

### 3.3 LE PLAN



Il faut avoir un plan précis et écrit, même si on improvise... même si on ne lit pas son texte...



Chacun des paragraphes sera préalablement coté en temps (c'est le seul moyen de maîtriser une improvisation !)

## 3.4 L'INTRODUCTION

# Un élément clé de votre rapport

- L'introduction permet
  - de situer le contexte de l'étude
  - de comprendre
    - pourquoi vous avez réalisé votre travail
    - quel est son intérêt
    - s'il est la suite d'une autre étude ...

# Quelques repères à garder en mémoire

- Une bonne introduction **ne doit pas**
  - Commencer à décrire le projet lui-même
  - Donner des éléments de la conclusion
- Une bonne introduction **doit**
  - Permettre de situer le projet dans ses différents contextes
    - Scientifique ou technique, temporel ou géographique...
- Une bonne introduction **peut**
  - Présenter la structure du rapport

## 3.5 LA CONCLUSION

Elle doit tomber brutalement

Donner explicitement mon objectif initial

Rappeler le plan

Faire une synthèse et ouvrir (aux questions, à l'action...)

*Ou mieux...*

Raconter une anecdote courte

Proposer une citation

Élever les débats en apportant une note émotive

Rappeler ce que chacun aurait à gagner en faisant ce que vous proposez

### **Remercier les gens à la fin de l'intervention**

#### **Ce qu'il ne faut pas faire :**

- Improviser
- Dire que le temps vous manque
- Expliquer comment vous auriez pu traiter le problème différemment
- Parler d'un autre sujet que vous jugez intéressant
- Retraiter le sujet

## 3.6 LE DEVELOPPEMENT DE L'EXPOSE

Apprendre quelque chose à mon auditoire

Démontrer ce que je dis et expliquer

Émettre des messages courts, simples, aérés, vivants (exemples, anecdotes...)

Utiliser des mots connus de tous ou expliquer

Être sûr de ce que j'annonce

Faire des transitions explicites entre les différentes parties

### **Exemples de transitions :**

- « A présent, nous allons parler de ... »
- « Comme nous l'avons vu, ... »

**Un préalable : connaître parfaitement le contenu**

**Deux évidences : suivre son plan et respecter le timing**

## **Ce qu'il ne faut pas faire :**

- Promettre sans cesse de traiter un point plus tard
- Dire que le temps imparti ne permet pas de traiter le sujet
- Revenir à une partie traitée
- S'excuser tout le temps
- Se référer souvent à quelqu'un présent ou absent
- Improviser en dehors de ce qui a été préparé
- Sortir du sujet parce qu'on vient d'avoir une idée neuve

## 4. LES GRANDS TYPES D'ATTITUDES DU PUBLIC

- L'acceptation
- L'indifférence
- Le scepticisme
- L'objection
- La reformulation

## 5. LES AIDES VISUELLES

### 5.1 LES PRINCIPALES AIDES VISUELLES

- Le transparent ou le diaporama
- Avantages : gain de temps, lisibilité-clarté, superpositions possibles
- Inconvénients : manipulation (temps morts), risque de se couper de son auditoire
  
- Le paper-board ou le tableau
- Avantages : pas de préparation, dynamique (pédagogique), favorise la prise de notes
- Inconvénients, l'intervenant tourne le dos
- Le poster ou l'affiche
- La vidéo ou l'extrait audio
- L'échantillon, la démontre : lisibilité, prend du onstration ou la manipulation
- Les documents divers à distribuer

## 5.2 LA REALISATION DU DIAPORAMA

Seul l'essentiel doit être mis en valeur

- Auteur (institution, logo...), date et signature
- Un titre sur chaque transparent : favorise la mémorisation
- Essayez, autant que possible, d'avoir une idée maximum par transparent
- Peu de textes (25 à 30 mots max.) écrits en gros caractères avec une police bâtons de type Arial (évitez les polices à empattement)
- Des schémas, des dessins, des tableaux : plus explicites que des phrases
- Appliquez la charte graphique lorsqu'il y en a une, sinon faites attention au choix des couleurs et à la mise en page

## 5.3 L'UTILISATION DU DIAPORAMA

Pour avoir une aide visuelle et non une gêne visuelle, les transparents doivent être

un support à nos propos et non un substitut

- Évitez de lire les transparents pour garder l'attention de l'auditoire : lisez une phrase et commentez-la
- Gardez votre regard tourné vers l'auditoire et non vers les transparents
- Essayez d'avoir un transparent pour 5 minutes de discours
- Utilisez les animations du diaporama à bon escient

## EN RESUME, 10 CONSEILS POUR AGIR

1. Je prends contact avec l'auditoire par une anecdote, un exemple ou une expression « choc »
2. Je regarde tout le monde
3. Je fais une introduction rapide, j'inscris le plan au tableau (ou je le dicte) et je fixe les règles du jeu
4. Je donne du relief à mon exposé en variant le débit et le ton de ma voix, le rythme, ma stature et mes gestes
5. Je respecte des moments de silence
6. J'utilise un vocabulaire et une expression adaptés à l'auditoire
7. Je trouve le plus d'exemples et d'illustrations pratiques possibles
8. Je montre un visage détendu
9. J'accepte mes mouvements spontanés, mais je sais qu'un geste commencé doit être achevé
10. Je suis attentif aux réactions des personnes et je les invite à poser des questions

## **6 - LA COMMUNICATION NON VERBALE**

*« La parole peut dissimuler la réalité, alors que l'expression la révèle »*

La communication non verbale : silences, gestes, postures, expressions faciales, ton de la voix, rythme de l'élocution, vêtements... complètent le message auditif. Elle exprime les émotions, les sentiments, les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'elle est adaptée, mais peut décrédibiliser ce même message si elle est inadaptée.

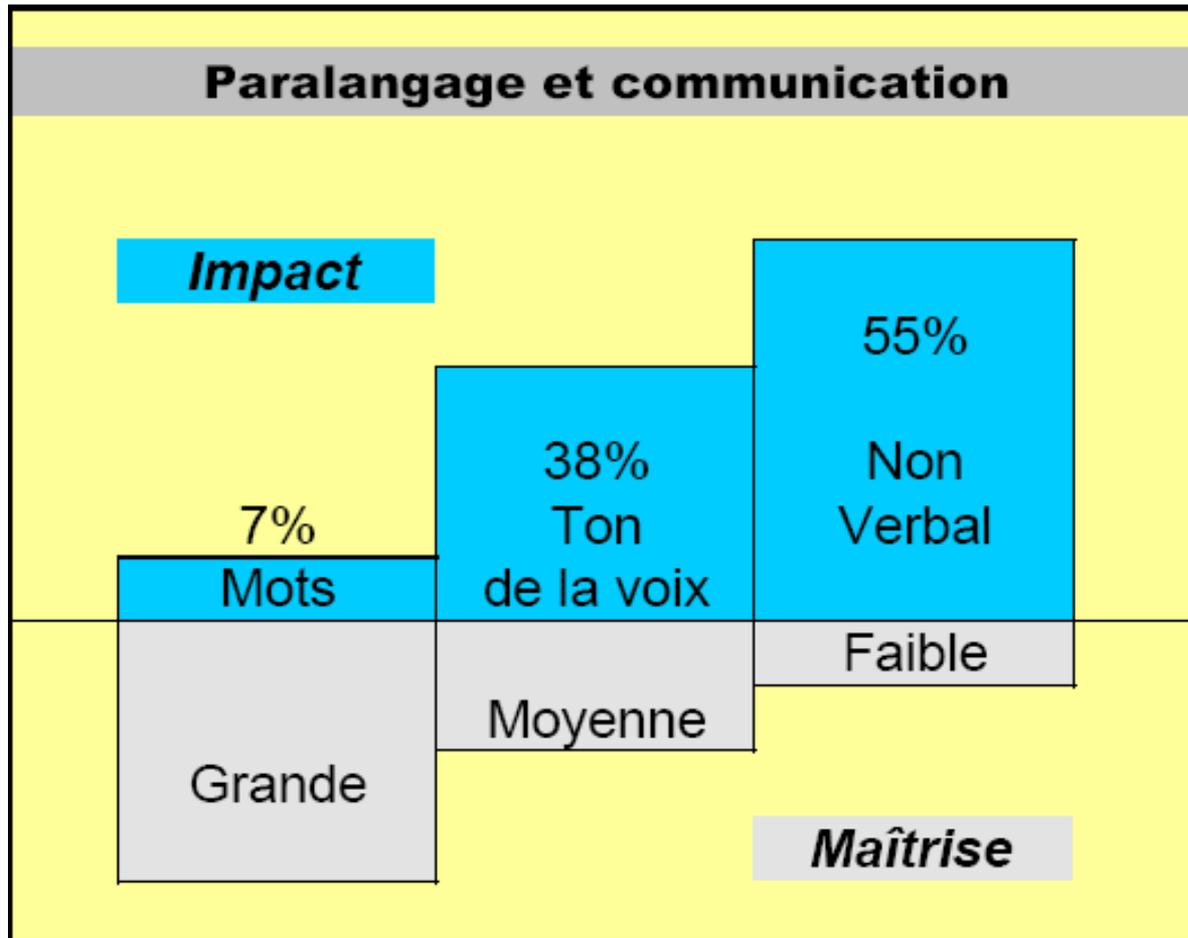
## 6.1 - Comment se fait la communication non verbale

\* On envoie et on reçoit en permanence des signes non verbaux qui transitent par des expressions du visage, des gestes et postures, le ton de notre voix, l'habillement, la coiffure, le maquillage, l'odeur, les silences, le toucher.

\* Le langage non verbal permet la communication entre personnes de langues différentes : le rire et l'expression de la douleur sont les expressions non verbales les plus universelles. Mais ces signaux ne sont pas universels et ils doivent être interprétés en fonction du contexte. La signification d'un geste dépend de la situation, de l'émetteur, du récepteur, de la culture, de la religion. *Exemple : les vêtements blancs ou noirs pour le deuil, selon la pratique religieuse dans différents pays.*

**Le chercheur américain Mehrabian a évalué l'équation du comportement verbal/non verbal. Ce tableau illustre ses résultats et les effets du paralangage sur la communication :**

*Même si ces résultats sont à relativisés, ils illustrent le poids du paralangage sur la communication.*



Lors d'un entretien d'embauche, d'un entretien commercial ou d'une discussion entre ami(e)s ce n'est pas seulement ce que vous dites qui est important. C'est également la manière de le dire qui déterminera la suite des événements.

Pour bien contrôler sa communication interpersonnelle, il est donc essentiel de comprendre notre communication non verbale.

## 6.1.1 - Le silence

Les silences font intégralement partie de la communication, car ils expriment quelque chose et qu'ils sont indis-pensables à l'écoute de l'autre.

Certains silences sont lourds de sens. Il existe de multiples silences :

Celui de la personne furieuse, offensée ou irritée qui se contient, qui n'est pas en paix avec elle-même et avec les autres et cherche à s'isoler,

Celui de la personne attentive qui écoute l'autre jusqu'au bout, pour comprendre ce qu'il veut dire et recevoir son message. Il peut être un « intervalle » de réflexion entre stimulant et réponse afin que la parole ne laisse pas place à l'impulsivité ou à des automatismes de l'inconscient,

- Celui de la personne qui s'ennuie exprime le retrait et l'isolement des autres,
- Celui de la personne qui n'a rien à dire à un inconnu, ce silence d'indifférence se produit lorsqu'il n'y a pas la volonté de communiquer avec l'autre,
- Celui de la personne qui exprime son incompréhension à ce qui est dit, ce silence dubitatif renvoie au scepticisme ou à l'interrogation,
- Celui de la personne qui exprime le respect ou la révérence vis-à-vis d'une tierce personne,
- Celui de la personne qui exprime la supériorité, l'arrogance,

- Celui entre amoureux. Ce silence réciproque se réalise parce qu'il n'y a pas besoin de paroles pour se comprendre. Il se produit lorsqu'il y a une connaissance et une communion profonde entre les deux personnes qui sont en train de communiquer.
- Celui de la personne qui exprime la douleur ou le chagrin,
- Celui de défit, d'obstination qui est calculé,
- Etc.

Un silence peut être approprié ou inapproprié (comme des paroles). De nombreux aphorismes l'illustrent. « Tourner sept fois sa langue dans sa bouche avant de parler » ; « Le silence est d'or » ; « Savoir tenir sa langue », etc.

### **6.1.2 - Le paralangage**

Le Paralangage va au-delà des mots prononcés. Il inclut le timbre et le volume de la voix, le rythme des mots, les coupures d'une phrase.

Le Paralangage entoure les mots et exprime les sentiments à travers la façon dont ils sont dits.

*Exemple : « OUI, je vais le faire » peut être pris dans de multiples sens. Amusez-vous à prononcer cette phrase de multiples façons pour lui donner des sens différents.*

### **6.1.3 - Les gestes et attitudes**

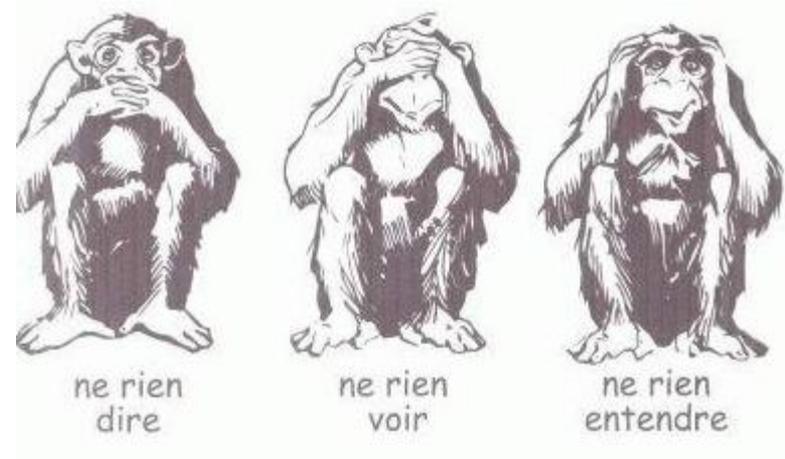
Ils ont certainement été les premiers moyens de communication entre les humains et constituent un véritable paralangage qui accompagne et complète le message verbal.

La gestuelle se manifeste par des postures qui peuvent concerner : la tête, le buste, le bassin, les jambes et les bras. Par les gestes, nous nous exprimons et nous pouvons avoir un comportement de défense ou d'agression.

- Le hochement de la tête d'avant en arrière qui signifie l'approbation,
- La main tendue en signe de paix,
- Le poing levé en signe de révolte,
- Le bras ou le doigt d'honneur,
- Etc.

Si, nous sommes mis en cause, interpellés, nous avons alors des gestes barrières. Parmi les plus courants :

- les mains sur les oreilles, sur les yeux ou sur la bouche,
- les bras croisés,
- se frotter les mains,
- les formes de réajustement : la mèche des cheveux, le pli d'un pantalon, d'une jupe, la poussière imaginaire, le raclement de la gorge...



On communique également à travers des signes conventionnels :

- le doigt pointé vers la porte signifie « sortez ! »
- le signe de la main pour dire « au revoir »
- le hochement de la tête pour dire « oui »
- le battement de mains (applaudissement) pour montrer notre satisfaction devant une manifestation.



## Exemples de gestes

Les gestes expriment, accompagnent des états intérieurs



L'inquiétude



La perplexité

La bouche vient  
s'appuyer contre  
les mains jointes  
C'est la réflexion



La main semble  
isoler la personne  
du monde extérieur  
C'est la concentration

## Exemples d'attitudes

J'y vais  
à regret...



J'y vais, bien  
ancré dans le  
présent...

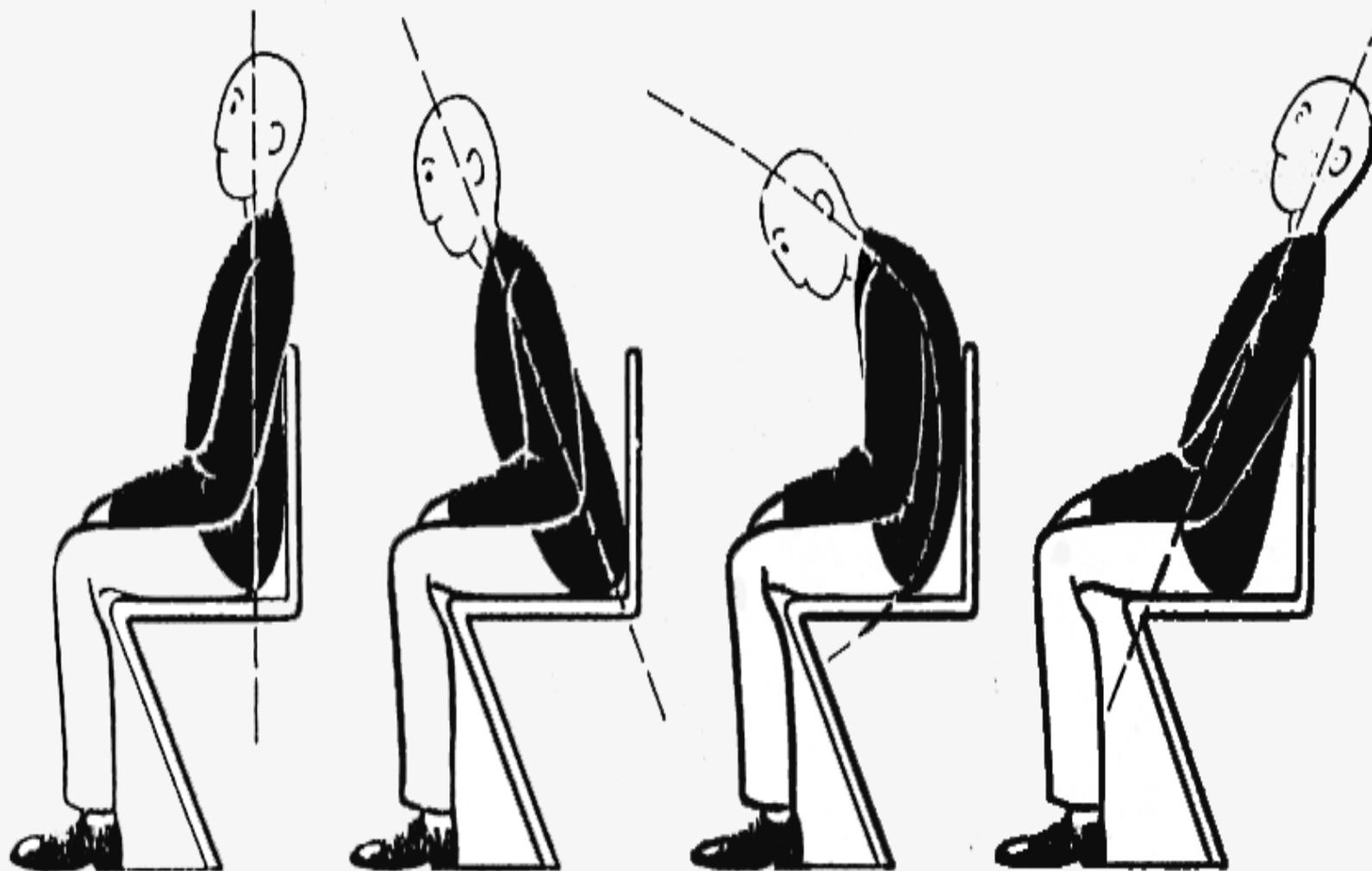


J'y vais, je  
réfléchirai  
après...



J'y vais, mais  
c'est perdu  
d'avance





La tonicité du buste : un indice à repérer

# Quelques attitudes lors d'une réunion



**Le vindicatif**



**Le stator**



**Le savant**



**Le bavard**



**Le timide**



**L'oppositionnel**



**Le dormeur**



**Le seigneur**



**le retors**



Pieds angoissés

## 6.1.4 - Expressions faciales, mimiques et mouvements corporels

Ce sont les expressions de visage qui expriment des émotions : la joie, la surprise, le dégoût, la tristesse, la colère, la peur...

Ces mimiques peuvent renforcer le message, mais elles peuvent le modifier et changer sa signification.

- **le clin d'oeil indique que ce qui est dit ne doit pas être pris au sérieux,**
- **le regard soutenu signifie une intention hostile,**
- **le regard panoramique est destiné à impliquer tous les interlocuteurs afin que tous se sentent concernés par le message.**

Il est capital de tenir compte des expressions faciales et des mouvements corporels afin d'éviter les malentendus.

### **6.1.5 - Le langage d'objet – l'apparence : vêtements, bijoux, etc.**

L'apparence correspond à l'allure générale d'une personne. C'est ce que l'on voit en premier lieu : **le vêtement, la coiffure, le maquillage, les accessoires. C'est un élément majeur des premières impressions que l'on a d'une personne.**

#### **Les vêtements :**

Le choix des vêtements et des accessoires est fait généralement en fonction de l'âge, du physique, de la situation professionnelle, des goûts personnels, du milieu social, etc.

On constate depuis le début des années 70, une évolution dans la tenue vestimentaire, une plus grande décon-traction, une plus grande variété des tenues, de choix des tissus et des couleurs. Cette évolution est liée à l'évolution des normes et codes sociaux, au développement de la société de consommation, à l'exacerbation des désirs narcissiques et au besoin conscient ou inconscient de distanciation ou de distinction des formalismes so-ciaux.

Par le choix de notre tenue, nous voulons donner une certaine image de nous-mêmes. Il y a lieu de distinguer trois types d'images :

- **l'image projetée : image de soi,**
- **l'image souhaitée : celle que l'on aimerait donner,**
- **l'image reçue : celle qui est perçue par les autres.**



La façon dont une personne s'habille renvoie consciemment ou inconsciemment désir d'appartenance à un groupe ou de distinction d'un groupe. L'habillement est aujourd'hui indissociable d'un style : traditionnel, skateur, gothique, punks, baba cools, biker, rastas, artistes, banquier – cadre supérieur, religieux, militaires, hip hop etc.

Les vêtements expriment :

- **des émotions et des sentiments : Les couleurs vives expriment la vie, les couleurs sombres, la mort.**
- **Des messages sexuels : Les minijupes, les jeans, les décolletés, etc.**
- **des statuts sociaux : Le costume, la blouse, la combinaison...**

### **Les accessoires**

Les objets que nous portons (bijoux, sac, parfums et eaux de toilette, chaussures, chapeau, casquettes) parlent de nous, de nos valeurs, de nos priorités, de notre histoire (bijoux de famille), de notre culture, etc. Ils renvoient aux significations que nous leur attribuons.

## **6.1.6 - Le toucher**

C'est l'un des premiers modes de communication de l'être humain. (L'enfant qui en est privé peut en souffrir toute sa vie).

C'est certainement le mode de communication le plus fort qui soit. Dans nos sociétés occidentales, il est réservé aux intimes.

Ce mode de communication est plus ou moins développé selon les cultures et les civilisations.

## **6.1.7 - Les rituels**

Il s'agit de pratiques habituelles, que l'on relève dans des situations courantes. On distingue le plus souvent les rituels de salutation, de séparation, de remerciements et de présentation.

Ces rituels sont différents selon les cultures. Il existe, par exemple, différentes façons de se dire bonjour : en se serrant la main, en s'embrassant, en s'inclinant... Ces rituels de salutation varient selon les pays, et aussi selon les milieux (famille, entreprise...)

Communiquer efficacement nécessite de connaître ces rituels afin de comprendre le comportement de nos inter-locuteurs et aussi de les prendre en compte afin de ne pas les heurter.

## 6.2 - Caractéristiques de la communication non verbale

Il est impossible de ne pas avoir de communication non verbale.  
C'est notre premier mode de communication des sentiments et des émotions.

- Les mots transportent des sens, des signifiants.
- Le non verbal véhicule du signifié.

L'information non verbale complète le message verbal, elle aide à comprendre ce qui est dit.

Ces messages sont souvent plus fiables que les messages verbaux. Pour ces raisons, il est capital de savoir les lire et les interpréter.

**Pour que la communication soit réussie, il faut qu'il y ait concordance entre le message verbal et le non-verbal**