

Prendre la parole en anglais

Iconographie de couverture : Caftor - Fotolia.com

Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).



© Armand Colin, 2017

Armand Colin est une marque de
Dunod Éditeur, 11 rue Paul Bert, 92240 Malakoff

Internet : www.armand-colin.com

ISBN 978-2-200-61744-8

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2^o et 3^o a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

FIONA ROSSETTE

Prendre la parole en anglais

ARMAND COLIN

Sommaire

Préface	13
PARTIE 1	
NOTIONS CLÉS POUR LA COMMUNICATION ORALE	17
1 Prendre la parole : une activité contrainte	19
1. Qu'est-ce que prendre la parole ?	19
1.1 Paramètres interactionnels de l'oral formel	19
1.2 L'oral formel monologal	21
2. Une compétence communicationnelle	23
3. Des contraintes... dont on peut néanmoins s'écarter	26
2 Oral monologal et relation locuteur-auditoire	27
1. L'auditoire direct, les destinataires seconds	27
2. L'asymétrie entre locuteur et auditoire	28
2.1 Le poids du regard de tous	29
2.2 Rassembler par sa parole	29
3. Dialogal versus Dialogisme	31
4. La scène rhétorique	32
3 Un oral élaboré	35
1. Stratégies de production : élaboré, préparé, improvisé	35
2. Des « réflexes » quelle que soit la stratégie de production	39

3. Défis posés par l'oral élaboré	41
3.1 « L'écoutabilité » : écrire pour être entendu	41
3.2 Créer l'impression d'une parole spontanée	43
4 Traits caractéristiques de quelques genres d'oral monologal	47
1. Survol des pratiques par secteur d'activité	47
2. Trois types d'objectifs récurrents	50
3. Quelques genres emblématiques	50
3.1 Joute oratoire (« Debating »)	50
3.2 Discours liminaire de soutenance	51
3.3 Lancement de produit (à l'intérieur d'un « keynote »)	52
3.4 « Sales pitch »	53
3.5 « TED talks »	54
5 De l'éthos à la compétence culturelle	57
1. L'éthos	57
1.1 De la crédibilité	57
1.2 Une « manière d'être »	58
1.3 L'éthos générique, l'éthos culturel	59
2. La compétence culturelle	61
2.1 Des pratiques culturelles liées à la prise de parole	61
2.2 La communication anglo-saxonne	63
2.3 Se mettre en avant : une compétence à valoriser dans le monde actuel	65
6 « Delivery », ou l'actio	67
1. « Speech as performance »	67
2. Scénographie et gestuelle	68
3. Le contact visuel	70
4. Disposer son texte pour faciliter la lecture	70
5. Mettre en scène la voix	72

PARTIE 2
METTRE EN SCÈNE UNE INTERACTION **77**

7 Oral conversationnel, écrit et oral monologal :	
comparaisons	79
1. Un exemple d'oral conversationnel	80
2. Un exemple de discours écrit	83
3. Des transpositions du texte écrit vers la langue de l'oral monologal	84
4. Un exemple d'oral monologal attesté	88
8 Parler à quelqu'un	91
1. Les formes linguistiques pour s'adresser directement à son auditoire	91
2. Le couple < question + réponse >	95
3. Annoncer sa politique en matière de questions	96
4. « Ladies and gentlemen », « fellow delegates » : les termes d'adresse	97
5. Stratégies d'accroche	99
5.1 Expérience personnelle	100
5.2 « Imagine that »	100
5.3 Simuler un voyage	101
5.4 Poser une/des question(s)	101
5.5 Devinette	101
5.6 Une citation	102
5.7 Raconter une histoire + raconter l'histoire derrière le discours	102
6. Le discours direct	103
7. Présenter un raisonnement comme un dialogue	104

9 Ancrer sa parole	107
1. Développer un ethos personnel	107
1.1 Parler en son nom propre	107
2. Parler au nom d'une communauté	113
3. Faire référence à l'ici-et-maintenant	115
10 La Scène rhétorique	121
1. Un exemple de discours politique	121
2. Un lancement de produit : Steve Jobs présente le premier ordinateur Macintosh	125
3. Deux « TED talks »	127
11 Intégrer un diaporama pour renforcer l'interaction	131
1. L'omniprésence du diaporama	131
2. Quand le diaporama nuit à l'oral monologal	132
3. Définir la place du diaporama	135
4. Les types de contenus	136
5. Donner toute sa place au diaporama à des moments ponctuels	136
6. Exploiter le diaporama pour renforcer l'interaction	138
7. Quel anglais dans les diapositives ?	142
PARTIE 3	
STRUCTURER SA PAROLE	147
12 La syntaxe de la phrase	149
1. Les procédés de structuration de l'oral monologal	149
2. Des phrases courtes, à faible taux de subordination	152
3. L'unité < Sujet + Verbe + Complément >	155
13 Gérer les informations	157
1. L'organisation de la phrase sur le plan informatif	157
2. Continuité référentielle entre les phrases	159

3. Introduire un contenu référentiel en deux temps	163
4. Des cas de renforcement de densité lexicale	166
4.1 « A vivid heart » : l'ajout d'un modifieur au sein d'un groupe de mots	167
4.2 « The bank of justice » : < GN of GN >	168
14 Stratégies de concision	171
1. Un extrait d'un « keynote »	171
2. Ellipses	172
3. Phrases averbales	174
4. « One-liners » : formules courtes et mémorables	176
5. Un « one-liner » spécifique : les structures antithétiques (« Ask not »)	180
15 Figures de répétition : fonctions	183
1. La répétition comme figure : un emploi marqué	183
2. Fonctions	184
3. Répétition de mots et accumulation	185
4. Un cas d'étude : « I have a dream »	185
16 La répétition de mots et l'accumulation : typologie	191
1. Répétitions de mots (mot ou groupe de mots)	191
1.1 L'anaphore	191
1.2 La répétition en position finale	193
1.3 La répétition en positions initiale et finale	194
1.4 Le refrain	194
1.5 La répétition immédiate	195
1.6 La reprise d'un mot de la phrase précédente	196
1.7 La répétition instantanée en début de phrase	196
1.8 Les répétitions avec ré-élaboration	197
2. L'accumulation	199
2.1 Les paires	200
2.2 Les séquences ternaires	200

2.3 +3 éléments	202
2.4 L'asyndète et la polysyndète	202
2.5 L'accumulation et l'hyperbole	203
17 La macro-organisation	205
1. Structuration explicite et contraintes génériques	205
2. Pas de « plan » à la française	207
3. Se conformer aux patrons discursifs attendus	208
4. Une organisation locale explicite, permettant de restituer la macro-organisation	210
5. Deux exemples : un « keynote » et un « TED talk »	211
18 Connecteurs	217
1. Quels connecteurs employer ?	
Les problèmes récurrents des francophones	217
2. Les marqueurs discursifs	221
2.1 « Now »	222
2.2 « Well »	222
2.3 « I mean »	223
2.4 « You know »	224
2.5 « Yes », « no »	224
3. AND et la syntaxe additive	225
19 Annonces et transitions	229
1. Comment annoncer l'organisation du discours ?	229
1.1 Métaphores	231
1.2 Parallélismes	232
1.3 Séries ordinales	233
2. Transitions	236
2.1 Emploi spécialisé de « so »	237
2.2 Emploi spécialisé de « now »	238
3. Prendre congé : comment signaler la fin de son discours ?	241

Annexes	243
Boîte à outils minimale pour gérer la parole	243
Discours cités	247
Références pour aller plus loin	251
Index	253

■ Préface

Aujourd'hui, s'exprimer en anglais devant un public est devenu une nécessité pour les étudiants d'anglais mais aussi pour une multitude d'acteurs de la vie sociale. Ces dernières années, de nouveaux formats de prise de parole, provenant en général des États-Unis, ont été projetés sur le devant de la scène, notamment grâce à leur retransmission sur la Toile : *TED talks*¹, défendre un projet devant des investisseurs, présenter sa thèse en trois minutes... En même temps, grâce à la vidéo en ligne, tout internaute peut désormais visionner des discours réservés jusqu'ici à des communautés spécifiques, et se retrouver pseudo membre de l'auditoire par exemple pendant un *commencement address*, prononcé par un invité de marque lors d'une cérémonie de remise de diplômes dans une université américaine, ou pendant une soutenance de thèse présentée dans n'importe quelle faculté du monde. Dans ce dernier cas, c'est en général le tout nouveau docteur, soucieux de se construire une réputation en ligne, qui poste lui-même la vidéo, venant s'ajouter aux Youtubers, ces individus qui s'approprient la parole dans un espace public en expansion constante.

Auparavant, la parole publique était associée de manière privilégiée aux personnages politiques. Dans le monde anglophone, Abraham Lincoln, Winston Churchill, John F. Kennedy ou Martin Luther King constituent les références en la matière – et ils seront cités ici pour leur emploi exemplaire de ressources linguistiques qui s'avèrent tout aussi efficaces dans d'autres contextes de prise de parole. Mais aujourd'hui, on pense aussi à d'autres types

1. « TED Talks » est un site Internet spécialisé dans les conférences. Pour une description plus détaillée, voir chapitre 4.

d'orateurs : des entrepreneurs (Steve Jobs, Richard Branson...) ou des conférenciers prestigieux.

Dans les pays anglo-saxons, où l'on cultive depuis longtemps la tradition de « *public speaking* », l'exercice oratoire fait partie intégrante des pratiques scolaires et universitaires. L'ère de la communication efficace n'a fait qu'accroître cette tendance. Pour le directeur des *TED talks*, qui plaide pour que la prise de parole en public soit enseignée à l'école comme une compétence au même titre que la lecture, l'écriture et les mathématiques, la renaissance que connaît la parole publique est une conséquence directe de la révolution digitale¹. En effet, grâce à la vidéo en ligne, Internet garantit une plus grande visibilité. Les nouvelles technologies ont multiplié les moyens de communication virtuels, qui ne se passent pas forcément ni en direct ni en simultané. Cela a pour effet de nous éloigner du modèle conversationnel qui jusqu'ici caractérisait la majorité de nos échanges, et de générer une autre façon de gérer les relations humaines.

En France, on constate un engouement pour les nouveaux formats de prise de parole, comme en témoignent les clubs et les concours d'éloquence et de joute oratoire, les *Startup weekends*, où il faut convaincre des investisseurs en temps limité, les rencontres *Model United Nations*, où l'on simule des débats diplomatiques, et les concours « Présenter sa thèse en 180 secondes » organisés au sein des universités, qui lancent à leurs jeunes docteurs le défi de présenter leur thèse en temps limités à un public néophyte².

Ces prestations, qui se font en français mais aussi de plus en plus en anglais, viennent s'ajouter à la liste des exercices que doit maîtriser l'étudiant angliciste : exposés lors de travaux dirigés, épreuves de concours d'enseignement, soutenances de mémoires de recherche et de stage, communications de doctorants... Et de

1. C. Anderson, *TED talks: The Official TED Guide to Public Speaking*, Houghton Mifflin Harcourt, 2016, p. 227.

2. Ces concours reprennent le concept en anglais du « 3 Minute Thesis » (« 3MT »), introduit pour la première fois en Australie en 2008.

plus en plus, la maîtrise de la communication orale en anglais concerne l'ensemble des étudiants, toutes disciplines confondues, notamment depuis la volonté affichée des universités françaises, soucieuses d'internationalisation, de proposer plus de cours en anglais – et sans oublier les épreuves orales d'anglais qui sont une composante obligée de nombreux concours de grandes écoles.

Il s'avère donc plus que nécessaire de se pencher sur ce type d'usage de l'anglais. Ce livre se propose d'aider à la prise de parole devant un public, qu'il s'agisse d'un jury de plusieurs membres, ou d'un auditoire plus vaste. Il entend faire prendre conscience des enjeux tout à fait différents qui opposent l'anglais oral de la prise de parole en public à l'anglais écrit, d'une part, et à l'anglais oral conversationnel, d'autre part. L'accent sera mis sur le bon usage des ressources linguistiques, envisagées dans une perspective discursive.

La parole en situation formelle ne relève ni de la langue écrite, ni de la conversation. Elle est régie par des contraintes spécifiques qui conditionnent les choix linguistiques. Ces contraintes varient en fonction de la diversité des situations de communication. Si on prend les nouvelles pratiques de prise de parole que nous venons d'évoquer, elles prolongent la tradition oratoire tout en la renouvelant. On ne peut plus se satisfaire de la division traditionnelle de la rhétorique classique en genres délibératif, judiciaire et épideictique. D'ailleurs, pour la plupart, ces nouvelles pratiques ne reproduisent pas le style rhétorique de jadis, et sont synonymes de plus d'informalité. Ils ne permettent pas au locuteur de rester derrière un pupitre à lire son texte. Désormais, il doit se déplacer sur la scène, aidé de prompteurs et/ou de diapositives projetées sur écran. Ces pratiques exemplifient une nouvelle façon de concevoir la communication orale.

Cependant, ce n'est pas la même dynamique qui anime d'autres pratiques plus traditionnelles, telles les soutenances au sein de certaines disciplines universitaires. La notion de genre de discours joue donc un rôle essentiel. Dans la lignée des travaux en analyse du

discours menés dans les pays anglo-saxons et en France, il faudra par la suite élaborer une typologie des genres de la parole publique. En effet, chaque pratique donne lieu à un « genre » que l'on peut systématiser par rapport à des paramètres tels que la relation entre locuteur et destinataire, le nombre de destinataires, la possibilité ou non qu'ils ont d'intervenir, la longueur de la prestation, le fait de lire ou non son discours, la retransmission par les médias audio-visuels ou par Internet, l'association ou non avec un support visuel, etc. Cette typologie dépasse l'objectif principal de ce manuel, qui est de donner des conseils en ce qui concerne l'usage de l'anglais oral devant un public de manière générale. Néanmoins, il faut garder présentes à l'esprit les contraintes qui interviennent en fonction du genre. Ces dernières doivent être prises en considération, puisqu'elles jouent un rôle déterminant dans les choix linguistiques à tous les niveaux : lexical, syntaxique, et pragmatique.

Ces questions relatives au genre constituent l'un des aspects traités dans la première partie de cet ouvrage, qui posera d'autres jalons théoriques. On y établira la spécificité de la prise de parole en public en tant qu'oral formel, qui se distingue de l'oral conversationnel. Nous mettrons en avant le dispositif monologal, qui oblige à parler en continu et de manière structurée, tout en veillant à maintenir l'attention de l'auditoire. Et nous identifierons les différents types de compétences requises. La deuxième partie de l'ouvrage est consacrée à l'un des enjeux majeurs de la prise de parole en public : établir une connexion avec l'auditoire grâce à la mise en scène d'une interaction, alors que l'on se trouve en situation de parole monologale. Dans la troisième partie, nous examinons les différents procédés de structuration, à la fois au niveau syntaxique et au niveau discursif, qui sont constitutifs de l'oral formel en tant que mode planifié, informé par une langue qui doit être à la fois élaborée mais facile à comprendre, et qui se prête souvent à une théâtralisation. L'étude se fait à partir d'exemples d'anglais attestés tirés de genres variés, et à partir de prestations d'étudiants pour montrer comment on peut les améliorer.

■ Partie 1

Notions clés pour la communication orale

■ Chapitre 1

Prendre la parole : une activité contrainte

1. Qu'est-ce que prendre la parole ?

1.1 Paramètres interactionnels de l'oral formel

« Prendre la parole » : cette expression en français souligne le contexte formel qu'un tel exercice présuppose. Nous n'utilisons pas l'expression quand il s'agit par exemple d'une conversation entre deux ou plusieurs personnes dans un cadre privé. Ainsi distinguons-nous l'oral conversationnel de la prise de parole. Pour cette dernière, nous utiliserons également le terme « oral formel ».

L'oral formel possède certaines des principales caractéristiques de toute parole orale, à savoir :

- il sollicite le canal oral : les paroles sont *prononcées et entendues*, et non pas *écrites/lues* ;
- il relève, sur le plan spatio-temporel, d'un dispositif où émission et réception coïncident, se font en temps réel ; il implique le contact direct des interlocuteurs : le locuteur parle devant des destinataires qui sont physiquement présents, qui entendent le

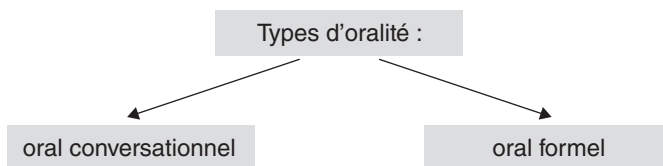
son de sa voix, peuvent, le plus souvent, le voir, et ont la possibilité de réagir de façon immédiate au discours émis ;

- il est, de ce fait, multimodal, mobilisant à la fois le verbal et le paraverbal : le sens est communiqué non seulement par les mots eux-mêmes et par la voix qui les énonce, mais également par la gestuelle (le corps, les expressions du visage, le regard...)¹.

Cependant, l'oral formel implique une oralité spécifique, à distinguer de l'oral conversationnel, notamment par les trois traits suivants :

- (1) il s'insère dans un cadre institutionnel ; par conséquent, il est régi par des normes, et mobilise une langue qui est en partie formatée ;
- (2) il s'agit d'une parole *publique*, où le nombre de destinataires est multiplié ;
- (3) cette parole est *mise en scène* ; pour être efficace, elle doit « avoir de l'effet » sur ces destinataires dont le jugement conditionne le discours.

Figure 1.1



Nous avons tous été ce destinataire, membre de l'auditoire lors d'un discours, une conférence ou un débat, et avons connu la difficulté à rester éveillés et attentifs pendant toute sa durée. Une pareille difficulté ne se présente pas dans le contexte d'une conversation avec quelqu'un. Lors d'une conversation, nous assumons un rôle beaucoup moins passif, et nous nous tenons prêts à intervenir à tout moment. Alors que « l'auditoire a toujours raison »²,

1. Pour une analyse détaillée des paramètres interactionnels des discours oraux, voir C. Kerbrat-Orecchioni, *Le discours en interaction*, Armand Colin, 2005.

2. M. Atkinson, *Lend Me Your Ears*, Vermillon, 2004.