

La prise de parole en public et auprès des médias

Vous assistez à un déjeuner-causerie. Avec une note d'envie, vous vous dites « Quelle excellente oratrice ! ... Quel talent ! ». Certes, le talent peut aider. Encore faut-il, comme le dit la parabole, le mettre à profit, le développer. On ne naît pas brillant orateur, on le devient. Vous désirez pouvoir prendre la parole devant les parents et les partenaires de la communauté avec confiance. Vous ambitionnez de défendre avec conviction un dossier ou une position lors des séances du conseil des commissaires. Vous rêvez de pouvoir vous adresser aux médias avec aisance et réussir à passer les messages qui conviennent dans les circonstances.

Dans toute communication, il convient de passer vos messages, de les adapter aux attentes et aux langages de vos différentes clientèles, le tout pour atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés.

Hum ! Quoi ? Objectifs, messages, clientèles ? Mais tout ce que vous désirez, c'est communiquer et bien le faire !

Bon, reprenons le tout. Que vous communiquiez de façon réactive ou proactive, vous devez vous préparer : savoir à qui vous vous adressez, décider quel est l'objectif de cette communication. Identifiez bien à qui vous vous adressez : sachez quelles sont leurs priorités, leurs attentes, dans quel environnement ils vivent, leur niveau d'instruction, leurs conditions socioéconomiques, etc. Que désirez-vous obtenir de cette communication : désirez-vous rassurer les parents, convaincre les commissaires d'adopter votre projet ou simplement informer quelqu'un d'un nouveau programme de votre école ? Fixez-vous un objectif réaliste et dont vous pourrez mesurer le degré de succès. Ces informations sont essentielles pour vous permettre d'adapter votre message et vous assurer qu'il sera bien compris et bien reçu.

Puis, ces fameux messages ? En communication, **vous contrôlez seulement ce que vous dites**, pas ce qu'on en fera. Limitez donc la quantité de messages que vous désirez passer. Utilisez le bon langage pour l'auditoire auquel ils sont destinés. Utilisez des supports, imprimés, audiovisuels ou informatiques qui vous assisteront dans leur livraison. Revenez toujours à ces messages.

Tout cela fait partie de la recherche incontournable qui fera de vous un bon communicateur. Puisqu'il s'agit bien de cela, la recherche. 80 % d'une bonne communication repose sur la recherche et la préparation, 10 % serait le talent et 10 % la bonne forme lors de l'activité de communication elle-même.

QUELQUES TRUCS POUR AMÉLIORER VOTRE COMMUNICATION

1. N'hésitez pas à vous faire aider par vos professionnels de la communication ou des spécialistes externes. Ils vous aideront à circonscrire vos messages, à les rédiger en forme « discours » et à vous exercer pour les présenter avec confiance et conviction.
2. Tendez à ce que votre discours « divertisse » votre auditoire. Il ne s'agit pas de l'amuser, mais il faut éviter de l'ennuyer par un ton monocorde, un contenu hermétique, une présentation trop « dénudée ». Visez à lui faire vivre une expérience intéressante.
3. Voyez votre auditoire comme vos pairs, vos collègues, vos amis. Adressez-vous à lui comme vous le feriez avec des proches. La relation de confiance contribuera à vous mettre à l'aise.
4. Dites-vous que votre auditoire est de votre côté. À moins que la teneur de votre discours ne porte sur des nouvelles qu'ils ne

désirent pas apprendre, les gens présents désirent entendre ce que vous avez à leur dire, viennent chercher une expérience agréable, désirent que vous réussissiez votre présentation.

5. Maîtrisez votre nervosité. Une bonne préparation aidera, à coup sûr ! Mais un bon état physique et psychologique sera gage de succès. Soyez passionné par votre sujet. Tâchez d'être en forme, respirez bien, prenez une gorgée d'eau à température de la pièce au besoin. Si vous avez un problème, continuez. Ne vous excusez pas et n'attirez pas l'attention sur une erreur que les gens n'ont peut-être pas remarquée.
6. Soyez vous-mêmes. Portez les vêtements que vous porteriez si vous assistiez à une fonction similaire. Parlez et réagissez comme vous le feriez avec cet auditoire s'il vous consultait ou participait à une réunion avec vous.
7. Utilisez le ton de la conversation. Ne vous placez pas au dessus de votre auditoire. Ne lisez pas votre discours. Soyez animé juste ce qu'il faut. Articulez bien, souriez quand c'est approprié de le faire.
8. Ne gesticulez pas inutilement. Cela distrairait votre auditoire.
9. Établissez un contact visuel... regardez les gens dans les yeux. Balayez votre auditoire du regard, et évitez de fixer continuellement une personne en particulier.
10. Pratiquez, pratiquez, pratiquez. C'est là l'élément magique d'une communication réussie. Vous aurez confiance en vous et vous ferez une excellente présentation.

ET AVEC LES MÉDIAS, QUE FAIRE ?

Trop souvent, vous entrez en contact avec les médias en réaction à une situation, disons déplaisante, qui survient dans votre milieu professionnel. Les médias accourent comme des loups et « exigent » de l'information, une réaction, un commentaire. Ils posent leurs questions à la ronde, à tout un chacun, et ils bâtiront leurs reportages avec un amalgame de ce qu'ils auront récolté. De façon générale, les journalistes sont de bonne foi. Mais ils sont humains et ils réagissent en fonction de leur expérience de vie, eux aussi.

Ici encore, vous contrôlez ce que vous leur dites. Vous n'avez pas à leur répondre à froid et, idéalement, vous ne le faites pas. Dites-leur, ou mieux faites-leur dire, que vous êtes occupé et que vous les recontrez dès que vous le pourrez. N'abusez pas de leur patience,

mais prenez le temps de faire le tour de la question, d'obtenir le maximum d'information, de préparer les messages que vous livrez (et oui, encore vos messages!). Ne répondez pas à la place des autres et ne répondez surtout pas à des questions hypothétiques.

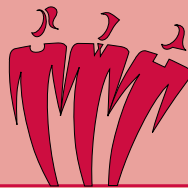
Selon la situation, recevez-les en groupe ou individuellement. Revenez toujours à vos messages. Répondez aux questions en revenant aux messages préparés, en privilégiant des phrases clés qui vous permettront de faire continuellement des liens pour revenir à votre message de base (vos « lignes »). Pensez que vous vous adressez à ceux qui liront le journal et entendront les nouvelles, pas aux journalistes. C'est à eux que vous devez passer les bons messages!

Si la relation avec les médias se fait dans un contexte proactif, que vous les invitiez pour leur présenter de bons résultats, un projet important,

que vous leur fassiez visiter une école, rencontrer des professeurs et des élèves, la préparation sera ici encore gage de succès. Tout ce qui a été dit plus haut s'applique. Un contexte positif devrait permettre une communication constructive. Mais restez sur vos gardes! Un journaliste peut toujours poser une question que vous n'attendiez pas. Restez calme, ne vous troublez pas! Répondez si vous connaissez bien le sujet ou dites-lui que vous trouverez l'information et la lui communiquerez dès que possible.

En terminant, je dirai simplement que la communication, c'est une affaire de cœur et de conviction. Sincère, convaincu et bien préparé? Votre message passera. Par contre, vos hésitations et vos craintes transpireront dans votre propos et votre gestuelle. Mettez de l'effort et du temps à votre préparation. Ils seront cent fois récupérés au moment de parler en public.

UN MONDE PLEIN DE RESSOURCES



- FORMATION
- DÉVELOPPEMENT ORGANISATIONNEL
- SÉLECTION DE PERSONNEL

Comment développer une approche client par la communication ?

Session sur mesure offerte spécifiquement
aux directions d'établissement
pour promouvoir l'école publique
et rendre vos communications plus efficaces

www.fcsq.qc.ca - section Services aux membres



La Fédération
des commissions
scolaires
du Québec