

porter son message à pleine voix et l'incarner: pourquoi et comment

prendre conscience de l'importance des paramètres paraverbaux et non-verbaux dans une communication orale

et exercer le développement de ses propres capacités d'expression

en vue de partager avec plus d'aisance et d'efficacité son message

pierre.andre.lechot@gmail.com

porter son message à pleine voix et l'incarner: pourquoi et comment

- courte définition des facteurs à prendre en compte lors d'une communication orale (schémas et références mis à disposition après l'atelier)
- quelques exemples fameux en matière de ratés et de réussites (extraits vidéo)
- exercices ludiques et instructifs pour poser et projeter sa voix
- travail de mise en voix à partir d'un texte proposé
- utilisation de grilles d'analyse et d'enregistrements audio pour une critique constructive
- mini-débat sous forme de jeu de rôles: "je défends les libertés individuelles <=> je propose des règles bénéfiques pour la santé publique"
- réflexion et recherches en vue de mieux incarner son propos à l'avenir

pierre.andre.lechot@gmail.com

éléments bibliographiques “porter son message à pleine voix et l’incarner”

BELLENGER Lionel (2001), L'excellence à l'oral, Issy-les-Moulineaux : ESF Editeur.
BIJU-DUVAL Hervé et DELHAY Cyril (2011), Tous orateurs !, Paris : Eyrolles.
BRETON Philippe (2003), Eloge de la parole, Paris : La Découverte.
CALAIS-GERMAIN Blandine (2005), Respiration - anatomie geste respiratoire, Méolans-Revel : DésIris
CAPUL Jean-Yves (1992), La communication - Cahiers français, Paris : La documentation française.
CHARLES René et WILLIAME Christine (2005), La communication orale, Paris : Nathan.
DESTREZ Thierry (1996), 33 astuces pour bien parler en public, Paris : Dunod.
ELLUL Jacques (1981), La parole humiliée, Paris : Seuil.
GALLO Carmine (2010), Les secrets de présentation de Steve Jobs, Paris : Télémaque.
GAULET Laurent (2004), + de 160 phrases pour s'amuser à bien ar-ti-cu-ler (Kiki la cocotte), Paris : First. 5 volumes
LYR Guyette (2003), Oser s'exprimer, Paris : Eyrolles.
MARTIN Jean-Claude (2005), Le guide de la communication, Paris : Marabout.
NEIRYNCK Dominique (2003), Tout savoir sur la communication orale, Paris : Les Editions d'Organisation.
NOYE Didier (2005), Accrocher votre auditoire - capter son attention, Paris : INSEP Consulting.
RONDELEUX Louis-Jacques (2004), Trouver sa voix, Paris : Seuil.
SORZANA Catherine (2004), La prise de parole en public, Paris : Victoires.
STEWART Chris & WILKINSON Mike (1997), L'art de parler en public (Monsieur Bluff et...), Paris : Anne Carrière.
TRENT HUGHES Jenni (2006), Parler, communiquer, convaincre, Paris : Marabout

éléments webographiques “porter son message à pleine voix et l’incarner”

références intéressantes pour des exercices de mise en voix

l’atelier du chanteur: <http://chanteur.net/articles/index.htm#http://chanteur.net/articles/aBaillem.htm>

cours de chant: échauffement vocal: <https://tackk.com/kvun8b/embed>

exercices pour la prise de parole en public:

http://lentreprise.lexpress.fr/rh-management/13-exercices-pour-se-preparer-a-parler-en-public_1537437.html

citations concernant la prise de parole: <http://www.priusedeparole.com/citation.htm#UphObI2BArU>

conseils pour une bonne diction: <http://jean-sommer.fr/7-conseils-pour-une-bonne-diction/>

conseils pointus concernant la lecture et le chant: <http://chanteur.net/videos/niveau-parole-resonance.htm>

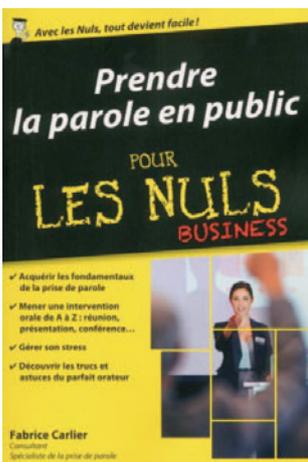
petites phrases pour exercer l’articulation: <http://www.articuler.com/exercices/index.html>

comprendre la voix: <http://www.chaumetsoftware.com/voix.html>

réveiller les résonateurs: https://www.youtube.com/watch?v=QEIg_9bNOoo&feature=related

facteurs à prendre en compte lors d'une communication orale

fiche d'évaluation d'une prise de parole



1. avant l'intervention

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
identification des objectifs											
identification du public et de ses spécificités											
préparation de l'intervention											
maîtrise des lieux											
répétitions											

2. pendant l'intervention

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
contrôle du trac											
tenue du corps											
maîtrise de la voix											
respect du délai imparti											
maîtrise des gestes et du non-verbal											
maîtrise des silences											
maîtrise des questions											
pouvoir de conviction											
maîtrise du regard											
transmission de l'enthousiasme											
maîtrise des imprévus											
usage du sourire											

3. après l'intervention

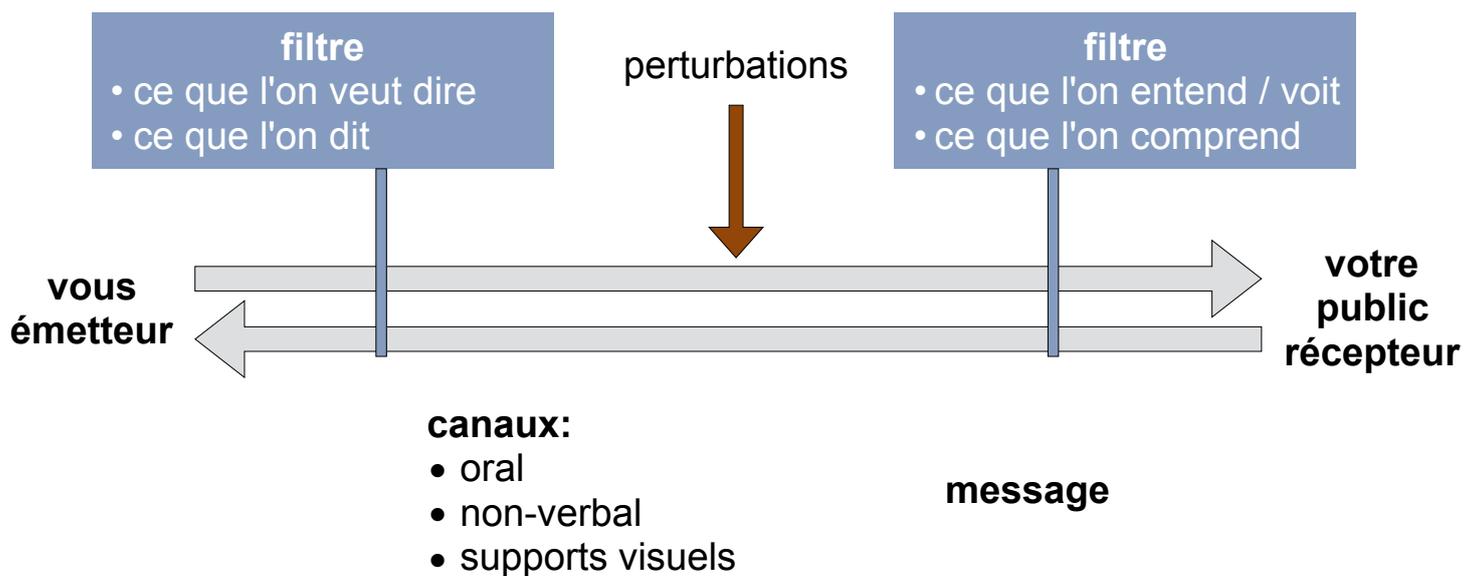
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
réponse aux questions											
satisfaction de l'auditoire											
atteinte des objectifs											
définition des chantiers de progrès											

les 6 répétitions

	objectifs	conditions
1ère	<ul style="list-style-type: none"> • aider à la sélection des arguments et des exemples • percevoir les liens entre les parties • détecter les manques éventuels de contenu et les combler 	<ul style="list-style-type: none"> • assis.e • seul.e • pas de minutage
2ème	<ul style="list-style-type: none"> • commencer à s'appropriier le contenu • affiner la sélection des arguments et des exemples • affiner les liens entre les parties et formuler les phrases de liaison 	<ul style="list-style-type: none"> • assis.e • seul.e • regard sur le minutage
3ème	<ul style="list-style-type: none"> • progresser en fluidité • commencer à apprivoiser la posture verticale • se rapprocher de la durée impartie • se distancer de ses notes 	<ul style="list-style-type: none"> • debout • seul.e • surveillance du minutage
4ème	<ul style="list-style-type: none"> • maîtriser le discours • progresser en aisance • surveiller l'aptitude à tenir dans le délai impartie • se distancer plus encore de ses notes 	<ul style="list-style-type: none"> • debout • seul.e • surveillance stricte du minutage
5ème	<ul style="list-style-type: none"> • apprivoiser le regard des autres • ne consulter que peu ses notes • contrôler la durée en public 	<ul style="list-style-type: none"> • debout • un ou plusieurs auditeurs familiers ou proches • surveillance du minutage
6ème	<ul style="list-style-type: none"> • apprivoiser le regard des autres • ne consulter que peu ses notes • contrôler la durée en public 	<ul style="list-style-type: none"> • debout • un ou plusieurs auditeurs inconnus • surveillance stricte du minutage

CARLIER, Fabrice. Prendre la parole en public pour les Nuls. Paris: First, 2011

schéma simplifié de la communication



CARLIER, Fabrice. Prendre la parole en public pour les Nuls. Paris: First, 2011

ce que je me représente

ce que je souhaite exprimer

ce que j'exprime réellement

ce que mon interlocutrice/teur entend

ce que mon interlocutrice/teur comprend

ce que mon interlocutrice/teur accepte

ce que mon interlocutrice/teur se représente



Guy Parmelin, le verbe embrouillé

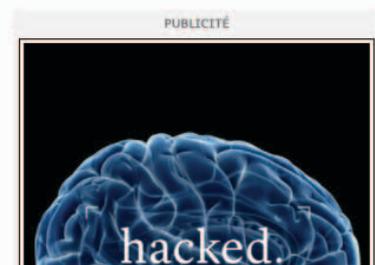
La communication officielle du conseiller fédéral vaudois, tant sur Sion 2026 que sur l'achat d'avions de combat, s'est révélée désarçonnante. Elle interroge dans la perspective d'une votation

7 minutes de lecture

sécurité

Lise Bailat

Publié mercredi 22 novembre 2017 à 17:00, modifié mercredi 22 novembre 2017 à 17:44



<https://www.letemps.ch/suisse/2017/11/22/guy-parmelin-verbe-embrouille>

des phrases courtes

mémorisation en fonction de la longueur de la phrase			
nombre de mots	message entier (%)	Première moitié (%)	Seconde moitié (%)
12	100	100	100
13	90	95	85
17	70	90	50
24	50	70	30
40	30	50	10

SORZANA Catherine (2004), La prise de parole en public, p.38

En politique, il n'est pas besoin d'égaliser l'art oratoire de Maître Bonnant ou de disposer de la maîtrise grammaticale et orthographique de Bernard Pivot pour communiquer de manière efficace. **«Les règles sont simples. Il faut avoir un langage clair, raconter une histoire qu'un enfant de 12 ans peut comprendre et y ajouter de l'émotion»**, résume Claudine Esseiva, spécialiste en communication politique au sein de l'agence Furrerhugi, à Berne. Dans ce domaine, Guy Parmelin garde une marge de progression, comme deux exemples l'ont montré récemment.



Trump - Obama - Deux postures, deux présidents



Jean Sommer Coach Vocal

<https://www.youtube.com/watch?v=xMPxFEOatio&spfreload=10>

HOME | ABOUT | CAST | FILMMAKERS | MEDIA | PRESS | DVD

AVAILABLE ON BLU-RAY™ AND DVD APRIL 19TH!

THE KING'S SPEECH

"ONE OF THE BEST MOVIES OF THE YEAR."
Rolling Stone



WINNER!
ACADEMY AWARD®
BEST PICTURE



<http://www.kingspeech.com/>

Mieux s'exprimer oralement,
c'est avant tout rester soi-même
ou le devenir un peu plus.

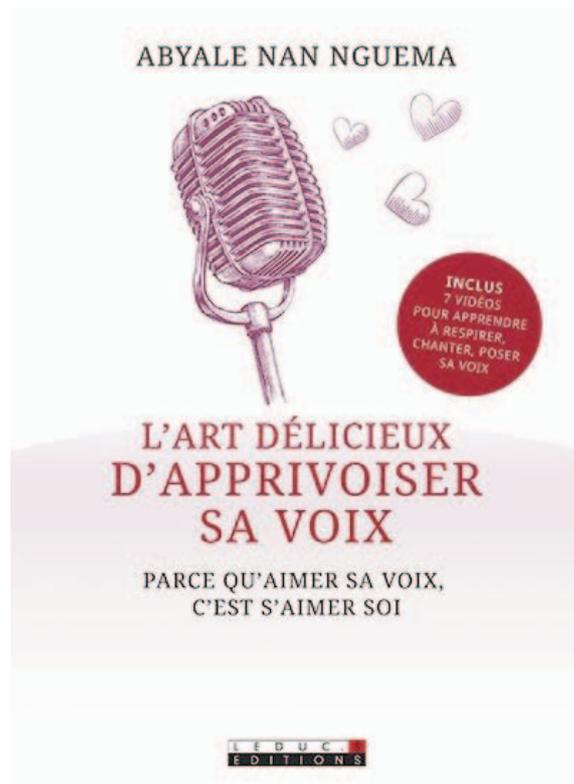
Raymond Pilet, "Formation permanente", oct 76

mise en forme et en bouche

- prise d'espace
- se redresser
- symétrie

se décontracter

- ▶ mouvements pour relâcher les muscles (épaules, coudes)
- ▶ grimaces (visage)
- ▶ baillement (contre crispations de la bouche)

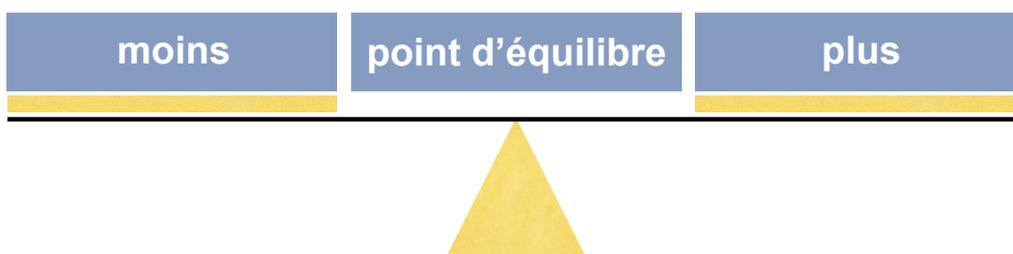


<http://livre.fnac.com/a10091903/Abyale-Nan-Nguema-L-art-delicieux-d-apprivoiser-sa-voix>

équilibre et variété

pour la voix et le corps

variété ← repos → variété



exercice voyelles

répéter plusieurs fois:

aaaaaaa eeeeeee iiiiii ooooooo uuuuuuu
aaaaaaa éééééé iiiiii ooooooo uuuuuuu
aaaaaaa èèèèèè iiiiii ooooooo uuuuuuu

répéter plusieurs fois:

an on ain eun an on ain eun
oui ui oui ui oui ui
yaa yoo yéé yeu yuu

SORZANA Catherine (2004), La prise de parole en public, p.163

ARTICuler
POUR MIEUX SE FAIRE COMPRENDRE

ARTICULER EST UN ART, ENTRAINEZ VOUS A PRONONCER CORRECTEMENT LES PHRASES CI-DESSOUS :

Qui sont ces six sages Suisses ?

[< EXERCICE
PRÉCÉDENT](#)

[LISTE COMPLETE DES EXERCICES D'ARTICULATION](#)

[EXERCICE SUIVANT >](#)

paraverbal

Si tu aimes, fais sonner le "m", tu aimeras mieux.



Louis Jouvet
acteur, metteur en scène

DE L'ESPRIT DES LOIX

OU DU RAPPORT QUE LES LOIX DOIVENT AVOIR AVEC LA CONSTITUTION DE CHAQUE GOUVERNEMENT, LES MOEURS, LE CLIMAT, LA RELIGION, LE COMMERCE, &c.

à qui l'Auteur a ajouté

Des recherches nouvelles sur les Loix Romaines touchant les Successions, sur les Loix Françaises, & sur les Loix Féodales.

TOME PREMIER.



A GENEVE,
Chez BARRILLOT & FILS.

La plupart du temps, les paroles ne signifient point par elles-mêmes, mais par le ton dont on les dit.

312

DE L'ESPRIT

LIVRE
DEUXIÈME.
Ch. XII.

CHAPITRE XII

Des paroles indiscrettes.

RIEN ne rend encore le crime de Leze-majesté plus arbitraire que quand des paroles indiscrettes en deviennent la matière. Les discours sont si sujets à interpretation, il y a tant de différence entre l'indiscretion & la malice, & il y en a si peu dans les expressions qu'elles employent, que la Loi ne peut guère foumettre les paroles à une peine capitale, à-moins qu'elle ne déclare expressément celles qu'elle y foumet *.

Les paroles ne forment point un corps de délit; elles ne restent que dans l'idée. La plupart du tems elles ne signifient point par elles-mêmes, mais par le ton dont on les dit. Souvent en redisant les mêmes paroles on ne rend pas le même sens; ce sens dépend de la liaison qu'elles ont avec d'autres choses; quelque fois le silence exprime plus que tous les discours. Il n'y a rien de si équivoque que tout cela. Comment donc en faire un crime de Leze-majesté? Par-tout où cette Loi est établie, non-seulement la Liberté n'est plus, mais son ombre même.

Dans

* Si non casu sit delictum quod vel scriptura legis defendit vel ad exemplum Legis vindicandum est, dit Modestinus dans la Loi 7. tit. II. ad leg. jul. maj.

Montesquieu, De l'esprit des lois

paraverbal	excellent	bien	à améliorer	mauvais
volume				
débit				
pauses				
articulation				
hauteur (musique)				
prononciation				
timbre				

dire "OUI" pour exprimer...

une opinion

une affirmation

une interrogation

"pas possible"

"c'est possible mais j'en doute"

"j'y consens"

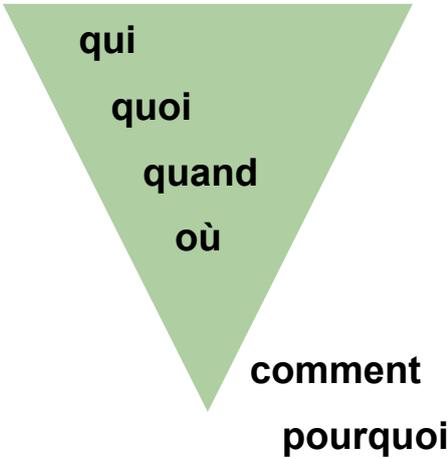
une promesse solennelle

exercice audio: message en "je"

objectifs

- ▶ des objectifs précis
 - clairs
 - réalistes
 - un objectif principal:
quel est le message que je veux faire passer?
qu'est-ce que le public doit absolument retenir?

- ▶ en communication orale,
commencer par la conclusion (écrite)
 - citer l'objectif principal en premier
 - ensuite les arguments



d'après SORZANA Catherine (2004), La prise de parole en public

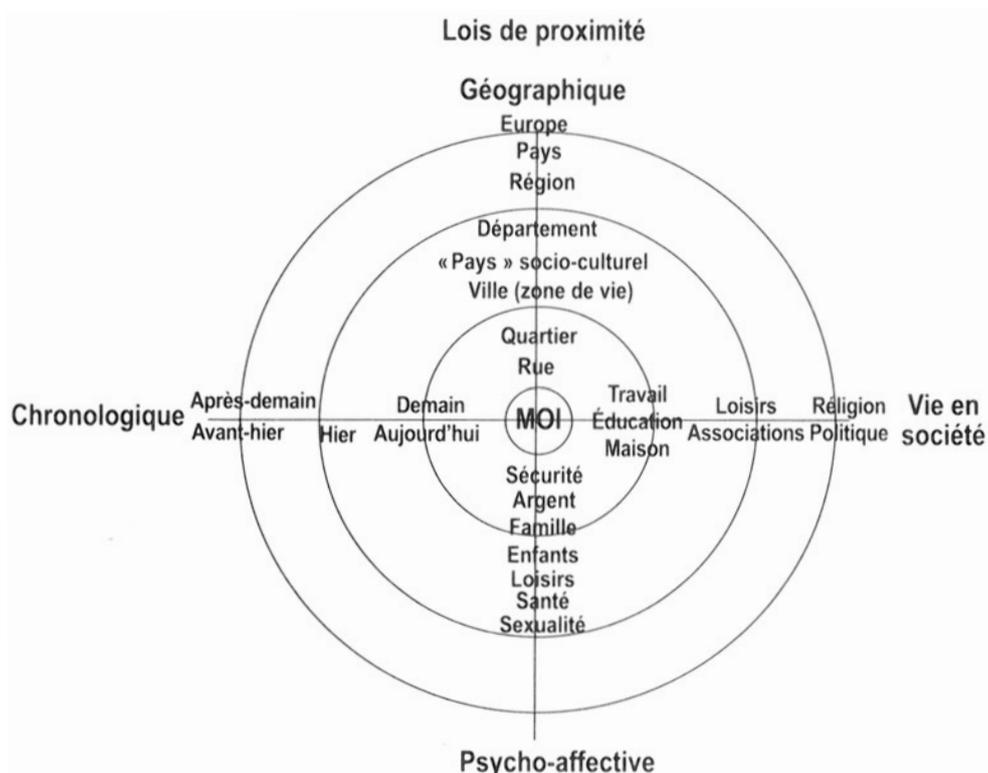
les 6 questions fondamentales des journalistes

5 W + H

Who
What
When
Where
Why
How

3 Q O C P

Qui
Quoi
Quand
Où
Comment
Pourquoi



LE GUERN Pascal et LECAPLAIN Philippe, Savoir communiquer avec la presse



Thèmes de santé

Données et statistiques

Centre des médias

Publications Pays

Programmes projets

Qu'est-ce que la promotion de la santé?

Questions-réponses

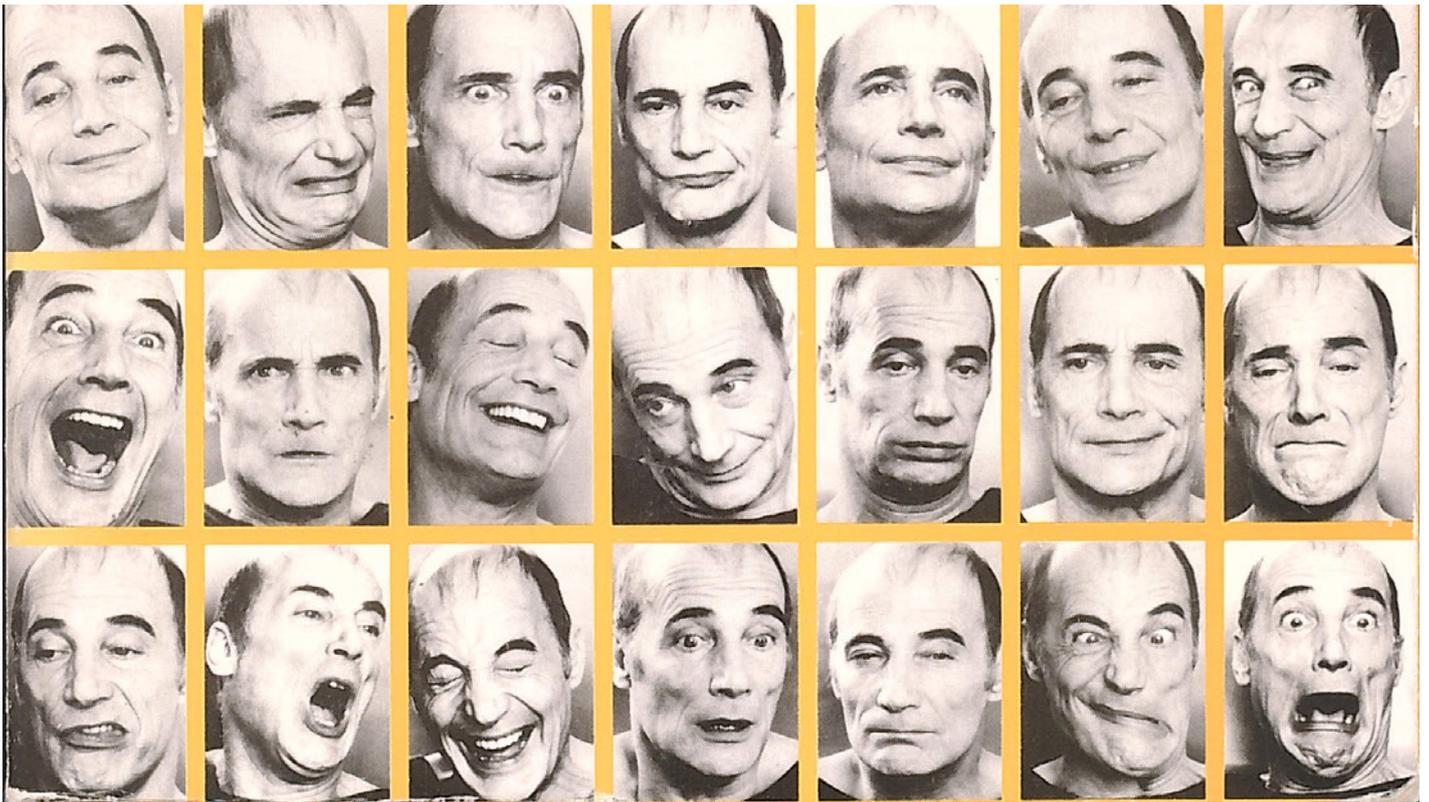
Août 2016

R: La promotion de la santé permet aux gens d'améliorer la maîtrise de leur propre santé. Elle couvre une vaste gamme d'interventions sociales et environnementales conçues pour favoriser et protéger la santé et la qualité de vie au niveau individuel en luttant contre les principales causes de la mauvaise santé, notamment par la prévention, et en ne s'intéressant pas seulement au traitement et à la guérison.

vous présenter et donner votre meilleur argument
en faveur de la prévention en matière de santé

en 20 secondes...

non-verbal



Bernard Haller, Patrick Rambaud, "Le visage parle", Balland

le non-verbal

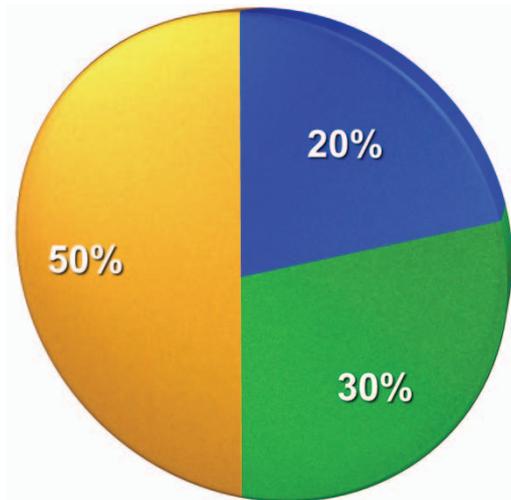
- regard
- visage
- gestes
- posture
- déplacements

+ territoires

+ distances d'interactions

effet d'un message

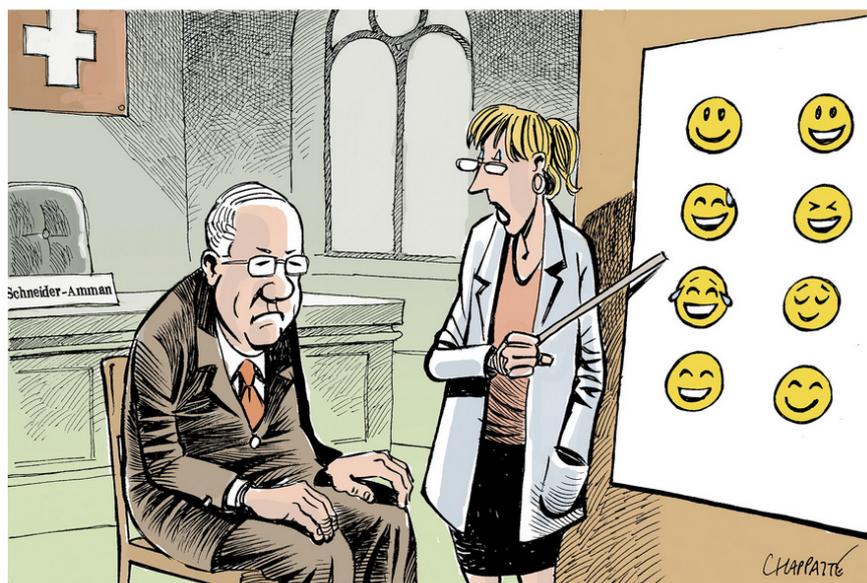
● verbal ● para-verbal ● non-verbal



Sorzana Catherine (2004), La prise de parole en public

Les zygomatiques de Johann Schneider-Amman

Dessin publié le vendredi 11 mars 2016 à 19:18



© Chappatte dans Le Temps, Suisse - Utiliser ce dessin

<http://www.letemps.ch/images/chappatte>

This awkwardly solemn speech by the Swiss president is really about the power of laughter



Swiss President Johann Schneider-Ammann's grim delivery during a speech about the medical benefits of laughter was unexpectedly hilarious for many. (Swiss Confederation)

<https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2016/03/09/this-awkwardly-solemn-speech-by-the-swiss-president-is-really-about-the->

joie ou contentement



tristesse



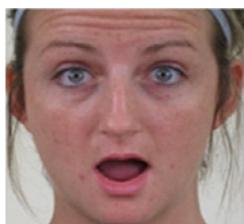
peur



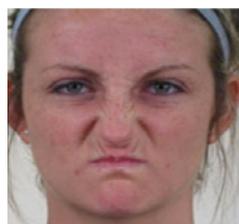
colère



surprise



dégoût





S'ENTRAINER

- Entraînement
- Codez le visage
- Micro expression

Accueil / Entraînement / Micro expression

Micro expression

Détectez la micro expression faciale ! #21

1 août 2014 19 Comments



Les micro-expressions et les expressions subtiles sont présentes au quotidien, elles font parties intégrantes des discours et des échanges. Cette thématique « Micro-expressions & Expressions Subtiles », observe l'actualité pour y dégager les micro-expressions. Présentée sous forme d'exercice dans lequel vous êtes en ...

[Lire plus](#)

SUIVEZ-NOUS!



Populaire Récent Commentaires



TEST : Trouvez le menteur !
9 janvier 2012

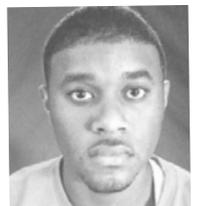
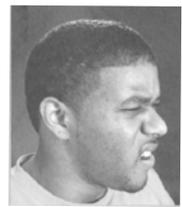
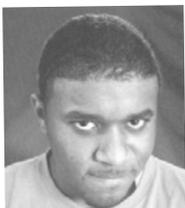
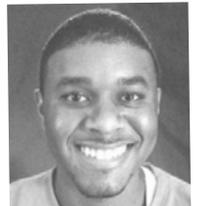


Barack Obama : Une micro expression faciale surprenante !
16 août 2012



Quand les doigts en disent long sur le pénis
17 octobre 2011

<http://www.la-communication-non-verbale.com/search/label/entrainement/micro-expression>



Avant que tu ne parles,
on doit pouvoir lire sur ton visage
ce que tu vas dire.

Marc-Aurèle

la posture

reflet d'une attitude

▶ postures de soumission (je me fais plus petit)

- prosterné
- à genoux
- un genou à terre
- gèneflexion
- "oui" en baissant le menton

▶ postures en approche (attitude participative)

- tête avancée, cou allongé
- buste penché en avant
- bras vers l'autre, mains ouvertes
- un pied devant

▶ postures en extension (attitude dominante)

- menton et tête hauts
- thorax développé
- jambes écartées
- bras ouverts, paumes vers le sol

▶ postures en rejet (attitude de refus)

- tête en recul ou détournée (par rapport au buste)
- bras barrière (croisés)
- buste profil
- appuis arrières
- regard "de travers"

d'après MARTIN Jean-Claude (2005), Le guide de la communication

la gestuelle

▶ le geste rond

- généralement lent et porteur de douceur
- arrondi
- rassure
- illustre calme et souplesse

▶ le geste en rupture et pointu

- généralement rapide
- donne impression tranchante et directive
- marque dynamisme et rigueur
- peut passer pour agressif et rigide

gestes à éviter:

▶ gestes bas

- pouce vers le sol

▶ gestes autistes

- vers soi et non vers l'autre

▶ gestes barrière

- frontière qui abrite

▶ gestes parasites

- à côté du message
- traduit peur, malaise

gestes à utiliser:

▶ gestes hauts

- connotation active et positive
- "tout va bien", "parfait", "victoire"

▶ gestes ouverts

- bien-être, discussion, échange
- accueil, bienveillance, franchise

▶ gestes vers les autres

- chercher contact, réduire distance
- prise en compte de l'autre

le regard

Le regard est un geste qui touche à distance.

Regarder quelqu'un,
c'est marquer l'attention qu'on lui porte.

MARTIN Jean-Claude (2005), Le guide de la communication, p.82

non-verbal	excellent	bien	à améliorer	mauvais
posture				
gestuelle				
regard				
sourire				
visage (mimiques)				
déplacements				
apparence				

mini-débat

les 10 commandements des journalistes

1. le journaliste doit être un médiateur neutre mais exigeant, parfois implacable
2. le journaliste doit avoir une bonne connaissance du sujet
3. le journaliste doit cadrer le propos (introduction, présentation, conclusion)
4. le journaliste doit extraire de l'interview les informations de base
5. le journaliste doit être plutôt offensif et impertinent que complaisant
6. le journaliste doit éviter qu'une question reste sans réponse
7. le message doit être clair et concret
8. il faut savoir maîtriser les beaux-parleurs et faire parler les muets
9. le journaliste doit animer l'interview, la mettre en situation et l'illustrer
10. il faut contrôler à posteriori l'interview (s'assurer que la parole de l'interlocuteur n'est pas déformée)

le débat

- ▶ s'entraîner
 - poser soi-même des questions lors de débats
- ▶ garder en réserve des faits, exemples, anecdotes
 - proposer du nouveau
- ▶ créer un climat de confiance
 - auditoire préparé à poser des questions (quand, comment)
- ▶ écouter
 - prendre toute question en compte (au besoin reformuler)
- ▶ répondre (après le temps - pause - nécessaire)
 - brièvement
 - avec cohérence et honnêteté (pas réponse à tout)

Sorzana Catherine (2004), La prise de parole en public

Le débat télévisé

1/ Qu'est-ce qu'un débat télévisé ?

Un débat télévisé (ou talk-show) est un programme qui réunit un animateur et un ou plusieurs invités. Les sujets abordés peuvent être d'ordre politique, social, sportif ou encore économique. Les invités sont choisis pour leurs connaissances ou pour leur expérience en lien avec le sujet. Ce sont eux les véritables vedettes de l'émission.

2/ Comment choisir les invités d'un débat télévisé ?

Dans un débat, le choix des invités est primordial. Le succès (ou l'échec) de l'émission dépend fortement de ce choix, des qualifications des invités et de leurs interactions. Un bon invité est un expert du sujet ou quelqu'un qui peut témoigner de son expérience en lien avec le thème abordé, et qui passe bien à l'image. Il existe toujours un risque qu'un invité vienne d'abord à l'émission pour passer un message (ex. : personnalité politique, chef d'entreprise) ; bien choisir ses invités peut aider à limiter ce risque. Lorsqu'il y a plusieurs invités, il faut veiller à ce que chacun défende un point de vue différent. Le temps de parole doit être le même pour tous afin que chacun puisse confronter ses points de vue et assurer un débat animé. Tous ces ingrédients rendront la discussion plus dynamique et ajouteront une certaine tension dramatique.

3/ Quelle est la différence entre un débat et une interview télévisés ?

Un débat est plus long qu'une interview et son format est différent. Le format d'une interview est moins souple, tandis que les invités d'un débat sont plus libres de leurs propos. Ils peuvent faire des déclarations, témoigner de leur expérience et donner leur avis sur telle ou telle situation. Un débat donne aussi davantage d'occasions de poser de nouvelles questions dans le but d'approfondir un aspect. L'animateur laisse transparaître sa personnalité mais s'efforce de rester plus ou moins neutre. Il donne tour à tour la parole aux différents invités. Son objectif est de parvenir à une discussion animée entre eux.

4/ Comment un débat télévisé est-il structuré ?

Un débat commence par un lancement de l'animateur qui annonce le sujet de l'émission et présente en quelques mots les invités (nom, rôle, fonction) aux téléspectateurs. Cette présentation peut indiquer en quelques mots la position de chacun sur le thème de la discussion. L'animateur pose des questions afin d'éviter les temps morts et essaie autant que possible d'aiguiller le débat vers une courbe dramatique définie en amont.

5/ Quelle est la durée d'un débat télévisé ?

Un débat est bien plus long qu'une interview. Sa durée dépend de son format et du nombre d'invités. Elle peut aller de 15 à 90 minutes. Les débats de 90 minutes font généralement intervenir au moins trois invités.

Checklist :

- 1 Le thème abordé est-il pertinent et actuel ?
- 2 Le thème abordé est-il un sujet de société suffisamment intéressant pour faire l'objet d'une émission ?
- 3 Les angles et aspects possibles sont-ils suffisamment nombreux pour alimenter la discussion ?
- 4 Les invités ont-ils été choisis avec soin ?
- 5 Chacun a-t-il un point de vue différent des autres ? L'animateur connaît-il le point de vue de chaque invité ?
- 6 Le débat suit-il un plan prédéfini ? Quelles questions sont prévues pour faire avancer la discussion tout en restant dans le fil du sujet ?
- 7 La question du placement des invités sur le plateau a-t-elle été abordée ? Par exemple, les personnes défendant des points de vue opposés sont-elles placées les unes en face des autres ?

distinguer faits, opinions et sentiments

► faits

- donnée observable par chacun ou décrite avec des termes suffisamment précis pour que la représentation du fait soit commune aux interlocuteurs

► opinion

- réflexion, jugement personnel porté sur des faits

► sentiment

- ressenti personnel par rapport à des faits

Licette Charline, Maîtriser la parole en public

le bon client

"Les journalistes apprécient et invitent donc régulièrement ce qu'ils appellent «le bon client». Il est à l'aise, va à l'essentiel, fait court et ne rechigne pas à polémiquer."



Charon Yvan, L'interview à la télévision

En parlant, vous enjambez déjà !

Vous n'y prêtez pas attention mais dans la vie de tous les jours il vous arrive bien souvent de sauter les points et d'enjambez d'une phrase sur l'autre. C'est ce que font souvent de nombreux politiques qui, ne voulant pas laisser la parole à leur contradicteur, s'efforcent de ne pas marquer d'arrêt au point pour éviter qu'on leur coupe la parole.

Si je vous dis : « Nous n'accepterons jamais de telles propositions du gouvernement // », je vous laisse la possibilité de profiter de ma respiration pour vous engouffrer dans ce vide verbal. Mais si je vous dis : « Nous n'accepterons jamais de telles propositions du gouvernement. Souvenez-vous // il n'y a pas encore si longtemps vous disiez exactement le contraire. C'est pourquoi //... » Vous ne pouvez plus me couper la parole puisque je suis déjà parti sur une autre phrase. Et si vous me coupez, je ferai aisément remarquer que vous ne me laissez pas parler.



GEORGES MARCHAIS ET SES ENJAMBEMENTS

Il y a une trentaine d'années, Georges Marchais, alors secrétaire du Parti communiste, faisait un tabac lorsqu'il passait à la télé. Tout le monde accourait devant le petit écran, communistes ou pas. On attendait ces fameux « Taisez-vous Elkabbach ! » ou « Ne me coupez pas quand je parle ! » Qu'importent les idées politiques ! Georges Marchais avait appris l'art de l'enjambement. Les journalistes n'avaient qu'une alternative : lui couper la parole ou ne pas pouvoir en placer une ! Et Georges Marchais de les vilipender vertement ! Ce que sait très bien faire aujourd'hui Jean-Luc Mélenchon !

<https://books.google.ch/books?>



Georges Marchais "Elkabbach, moi aussi j'ai un cerveau" | Archive INA

<https://www.youtube.com/watch?v=Go633ZlWQvQ>

mini-débat sous forme de jeu de rôles: “je défends les libertés individuelles <=> je propose des règles bénéfiques pour la santé publique”

texte:

Vivre sainement est une question de volonté, affirmait un intervenant lors des débats du Conseil des Etats. La volonté peut certes beaucoup, mais elle doit également bénéficier de bonnes conditions pour pouvoir se développer. La santé est une affaire privée, voilà une affirmation à laquelle on peut également adhérer. Mais créer des conditions qui permettent à tout un chacun de prendre soi-même sa santé en main, voilà qui est une affaire publique. Vivre sainement est une question de volonté, c'est vrai. Mais la volonté doit pouvoir se développer dans de bonnes conditions.

- 1) transformer ce texte écrit pour l'oralité
- 2) se positionner pour ou contre, préparer des arguments, exemples, citations
- 3) à vous de débattre

The screenshot shows the top navigation bar of the RTS website with 'PLAY RTS' on the left, 'Vidéo' and 'Radio' in the center, and 'ma RTS' with a search icon on the right. Below the navigation bar are links for 'Accueil', 'Direct', 'Émissions par date', and 'Émissions de A à Z'. The main content area features a radio player for the program 'PRENDRE LA PAROLE: A l'école du débat' by Vacarme, scheduled for Wednesday at 13h04. The player includes a progress bar at 00:13 / 26:07 and playback controls. The program description states that it is about future lawyers learning to argue and persuade, with a guest speaker, Maître Sylvain Savolainen.

image, paroles et présence voulues:
pour mieux incarner son propos à l'avenir

l'homme qui veut

sage
réaliste

courageux
tenace

vrai
passionné

homme d'Etat

ATTITUDES (sage, tenace, vrai) Détendu. Résolu. **Energie intérieure**. Attention à la fatigue visible (clignements de paupières).

VETEMENTS (vrai, passionné, réaliste) **Moderne / actif**. Couleurs claires (bleu, gris, beige). Vestes et pantalons en camaieu + 1 complet gris clair. Choix des chemises et cravates en camaieu.

RYTHME VERBAL (sage, passionné) **Pas trop lent**. C'est le sage d'action. Régulariser le rythme.

LE TON (vrai, tenace, passionné) **Paix intérieure** de celui qui a raison. Bon sens. Pas d'agressivité, plutôt **humour tranquille**. **Pas le tribun**. L'homme d'action qui a le ton de l'évidence.

LE CONTENU (réaliste, courageux). Toujours passer du concept à l'application. **Etre élémentaire** avec talent. Remplacer les chiffres et les courbes par le **vécu concret**. Prendre position. Etre toujours **pédagogique** et patient.

et toujours une énergie vraie, intérieure, contenue

la femme / l'homme qui...

mots clés

statut / fonction

ATTITUDES

VETEMENTS

RYTHME VERBAL

LE TON

LE CONTENU

phrase slogan, résumé

ma carte personnelle

The screenshot shows the Youseemii website interface. At the top left is the logo 'Youseemii L'INDICE DE VISIBILITE INTERNET'. On the top right are navigation links: 'ACCUEIL', 'SOCIALSHARE', and 'FRANÇAIS'. The main heading is 'Mesurez votre présence sur le Web' with the subtext 'Et découvrez votre indice de visibilité'. Below this is a form with two radio buttons: 'SOCIÉTÉ' (selected) and 'INDIVIDU'. The form has input fields for 'Prénom' and 'Nom', and a 'Mesurez' button. To the right is an illustration of a blue character looking at several floating screens displaying data. Below the form are three sections: 1. A gauge showing a score of 50 out of 100, with text: 'Toutes les présences digitales des Entreprises et des Marques: visualisez votre exposition sur le web, les réseaux sociaux, les médias et obtenez votre indice de visibilité.' 2. A circular radar chart, with text: 'Obtenez un panorama de présence complet. Nous révélons les tweets, posts, publications, news qui concernent les Entreprises, les Marques et les Personnes.' 3. A globe with social media icons, with text: 'Connectez vos comptes sociaux pour accéder à davantage de résultats et statistiques Twitter Facebook et LinkedIn. Accéder à un outil de veille temps réel.'

<http://presence.youseemii.fr/>



Meilleurs scores

Personnes recherchées aujourd'hui, ayant les meilleurs scores de visibilité.

-  Justin Bieber **9.35**
-  Breanne Benson **9.03**
-  Pia Wurtzbach **8.89**
-  Sherri Hill **8.67**
-  John Kelly **8.27**

Personnalités faisant l'actualité

<http://webmii.com/>



The most comprehensive people search on the web

Pipl makes it easy to get contact, social and professional information about people. Learn about using Pipl for your [business](#) or [application](#) or to enhance your [customer list](#).

<https://pipl.com/>