

VIRGILE DESLANDRE

ART ORATOIRE



Apprendre à dire,
interagir avec son public

Préface de Stéphane ANDRÉ

ellipses

Chapitre 1

Définition du public

I. Définitions courantes



Principe

La parole est au service du public, car celui qui parle sait ce qu'il va dire, tandis que le public l'ignore. S'intéresser à l'art oratoire, c'est donc s'intéresser au public : sinon à lui seul, du moins à lui en priorité.

Le public est un objet mystérieux, souvent défini avec peine. Les opinions à son égard sont si nombreuses et variées qu'aucune, sans doute, n'est parfaitement exacte. Trois d'entre elles semblent dominer.

1. Certains tentent de le définir par son nombre : nous ferions face à un public à partir de l'instant où nous nous confrontons à une, parfois deux, parfois trois, parfois N personnes¹ – combien, en vérité?
2. D'autres considèrent que le public se définit par son étrangeté ou, au contraire, par sa familiarité : ainsi, selon les différents avis, les convives d'un mariage, les membres de sa propre famille, définissent un public ; à l'inverse, pour certains, ce sont les membres *anonymes* peuplant l'assistance, disons, d'une

1. « N » désigne un nombre indéfini.

conférence. Selon leur personnalité, et sans doute, également, en fonction de l'instant considéré, une foule de personnes connues serait plus impressionnante qu'une foule d'inconnus – et inversement.

3. On mentionne encore, très souvent, le *dispositif* de la prise de parole : ainsi, l'existence d'un public émanerait de la nature de la salle, de l'amphithéâtre, de la scène, en somme, du lieu où se déploie la parole. Certains lieux donneraient donc naissance à un public, quand d'autres n'y parviendraient pas.

Ces opinions, à la fois si divergentes et si peu cohérentes en elles-mêmes, ne peuvent concourir à aucune définition précise, et doivent donc être partiellement abandonnées. Nous voyons cependant que chacune d'entre elles s'efforce de distinguer, d'une part, la réunion simultanée d'un certain nombre d'individus (voire la présence d'un seul individu), d'un *public* d'autre part. En effet, l'une n'équivaut pas à l'autre.

II. Définition du public par l'attention

Lorsque nous marchons dans la rue, lorsque nous nous installons dans une salle de théâtre ou de cinéma avant que ne commence la pièce ou le film, ou même lorsque nous escaladons les marches d'une estrade, nous sommes en présence, ou en face, d'individualités singulières, dont aucune ne peut être confondue avec aucune autre. Chacun porte en soi ses joies, ses peines, ses espoirs, ses craintes, ses souvenirs, et son imaginaire. Cette personne assise à ma gauche et cette autre, assise à ma droite, avant que le film ne commence, n'ont rien de commun entre elles, et n'ont rien de commun avec moi. Cette femme qui marche dans ma direction, cet homme sur ce banc que je longe, ne sont en rien semblables.

En revanche, à l'instant où commence la représentation – et c'est précisément la magie du cinéma, du théâtre, du spectacle en général – toutes les consciences réunies en ce même lieu sont, tout à coup, absorbées par ce seul et unique objet. Quoique les corps restent distincts, quoique les individus restent uniques, ces derniers ont alors en commun une même pensée consciente et présente. Leur attention est occupée par le même

objet. De ce point de vue, les consciences individuelles deviennent donc indiscernables, et comme interchangeables. Bien entendu, ne sont interchangeables ni les souvenirs, ni la personnalité, ni l'émotivité propres à chacun, mais la *conscience présente et immédiate* de tel ou tel spectateur l'est bien avec celle de son voisin. Ce n'est que dans une telle situation qu'il convient de parler d'un *public*, ce qui signifie qu'à l'inverse, une foule inattentive, ou même partiellement inattentive, ne peut pas être appelée « public ».



Définition

Un public se définit donc comme suit : un ensemble d'individus dont toutes les attentions sont simultanément portées sur un seul et même objet, une seule et même situation.

Une telle définition donne accès à un ensemble d'observations riches d'enseignements. Avant de les parcourir, il faut néanmoins répondre à une dernière question : peut-on se considérer comme faisant face à un *public*, lorsque nous ne parlons qu'à une seule personne ?

III. Quand la conversation se confond avec la prise de parole en public

La conversation est un échange, et implique une forme de réciprocité : elle est un effort que l'on *partage*. Nous sommes habitués à cet exercice depuis notre enfance, et il ne présente, généralement, pas de difficultés particulières¹ ; si bien que la perspective d'aller boire un café avec une personne de sa connaissance, de dialoguer avec elle, ne nous empêche pas de trouver le sommeil la veille, et ne provoque ni stress, ni sueurs, ni tremblements.

1. Certaines personnes, par exemple lorsqu'elles sont très timides, font exception à cette généralité. À cet égard, si certains formateurs en art oratoire peuvent parfois les aider à gagner en extraversion, il faut toutefois leur rappeler que cet objectif ne relève pas de leur métier.

Certains types de dialogues, pourtant, peuvent être sources d'angoisses diverses. Prenons, pour un instant, deux exemples : l'entretien d'embauche, d'une part, et le premier rendez-vous amoureux d'autre part.

On s'imagine souvent que ce sont les *enjeux* liés à ces deux types de rendez-vous qui en font la difficulté. Cette explication est sans doute vraie, mais probablement partielle. Car, dans un cas comme dans l'autre, nous sommes surtout étreints par le sentiment d'être *responsables* de la tournure de la conversation. C'est donc moins l'enjeu en lui-même que le degré de responsabilité que nous assumons quant à l'atteinte de cet enjeu qui modifie notre relation à l'autre. Ainsi, au lieu de nous sentir dans une situation de partage, comme dans une conversation ordinaire, nous sentons qu'il nous revient de *donner*; et que la plus ou moins grande qualité de ce don affectera, positivement ou négativement, les objectifs que nous nous fixons (l'obtention d'un emploi, ou la séduction de la personne pour laquelle nous éprouvons des sentiments).

De fait, ni le recruteur, ni l'objet de notre amour, n'est tout à fait passif au cours de l'échange oratoire, mais nous avons le sentiment qu'ils le sont; que tout repose sur nos épaules. Pour aller plus loin, imaginez que vous parliez pendant un long moment à quelqu'un qui ne vous réponde jamais : alors, bien que face à une seule personne, vous auriez le sentiment d'être en public, c'est-à-dire en représentation, et vous vous en trouveriez moins à votre aise qu'à l'ordinaire.

IV. Conclusion

Un public, donc, se caractérise bien, comme nous l'avons vu plus haut, par l'*attention* qu'il nous porte, mais se caractérise également par une forme de *passivité* à notre égard, une posture de *réception*. Cette passivité nous donne la sensation que nous sommes pleinement responsables de ce qu'il se passe, et de ce qu'il va se passer. Et, en réalité, nous le sommes bel et bien. De fait, il est tout à fait naturel que cette situation puisse générer quelques angoisses.

Nous adopterons donc, pour définir le public, les termes suivants :



Définition

Un public est constitué d'un individu, ou d'un ensemble d'individus, dont toute l'attention porte sur un seul et même objet, une seule et même situation, et qui se caractérise par sa posture passive de réception, c'est-à-dire de regard et d'écoute.

Chapitre 2

Donner naissance au public

Les définitions établies au chapitre précédent nous invitent à formuler plusieurs observations.

I. Le public n'existe pas *a priori*



Principe

En premier lieu, le public n'existe pas *a priori*.

Un public ne marche pas dans la rue, ne va pas faire ses courses, n'organise pas de repas, ne part pas en vacances ; surtout, un public n'attend pas, sagement assis dans une salle ou assemblé dans un extérieur quelconque, que nous apparaissions. Avoir peur du public est à peu près aussi irrationnel que de craindre un personnage mythologique ou imaginaire – Bambi, ou le Minotaure. Ce n'est que de nous-mêmes, et en particulier de la responsabilité que nous éprouvons, que nous avons peur. Car, si rien n'est fait pour les assembler, les individus qui nous entourent continueront de faire leurs courses de Noël, de répondre à des messages

à l'importance variée, d'entretenir des pensées qui n'appartiennent qu'à eux ; ils ne constitueront jamais un public sans qu'un élément extérieur ne les y invite.



Principe

Nous ne prenons donc pas la parole devant un public : nous faisons d'abord naître un public, *puis* nous lui offrons notre parole.

II. L'orateur constitue son public



Principe

En second lieu, il est de l'entière et de l'unique responsabilité de l'orateur de *constituer* un public – ou, plutôt, de constituer *son* public.

La responsabilité doit être ici comprise de trois manières :

- d'une part, un orateur potentiel peut décider de constituer un public, comme il peut décider de *ne pas* constituer de public du tout ; dans le second cas, il devra se taire – ou accepter de parler dans un désert, c'est-à-dire sans être écouté ;
- d'autre part, s'il choisit de parler, il doit mettre en place les conditions qui donnent *naissance* au public ;
- enfin, comme toutes les fois que nous donnons naissance à un être vivant, nous sommes *responsables* de notre public, en ceci que nous devons assurer sa vitalité, son épanouissement, et son bien-être.

III. Le public forme un tout unifié

En outre, une fois le public constitué, nous ne nous adressons plus, pour ainsi dire, qu'à *une seule* personne, à une seule conscience, éliminant ainsi un problème fondamental des méthodes de conviction : convaincre *une* personne est possible, tandis que convaincre simultanément trente, soixante, quatre cents individus, aux tempéraments et aux opinions nécessairement divers, relève de l'impossible. C'est trop souvent ce à quoi s'emploient et s'épuisent les orateurs novices, qui finissent tristement, au terme de quelques prises de parole, par décréter qu'une telle compétence (convaincre un auditoire) est hors de leur portée.