

La « PC »

La clé d'un message clair

David Shutes
[version 1.1 – décembre 2016]

Ce document – ou éventuellement une mise à jour – est disponible gratuitement sur www.davidshutes.fr. Il peut être distribué librement mais les droits d'auteur appartiennent à l'auteur. Merci de visiter le site pour les détails concernant les conditions d'utilisation.

Quel que soit le contexte—prédication, méditation, étude, formation...—le but principale d'un message est de communiquer de l'information. Il y a trois qualités essentielles pour un message « réussi » :

- Il faut que ce soit clair.
- Il faut que ce soit juste.
- Il faut que ce soit utile.

Si un de ces principes manque dans la communication, le résultat sera mauvais, voire même contre-productif. Pour deux de ces trois qualités, la « PC » joue un rôle fondamental (elle n'a aucun rapport avec le fait d'être juste ; c'est un tout autre sujet). La « PC » est au cœur d'une communication efficace.

Ce document a été rédigé dans un contexte qui vise un public plus large que la plupart de mes écrits. Au lieu de cibler un public chrétien, il est pour tout le monde qui doit enseigner, former, communiquer. Du coup, les exemples utilisés relèvent de connaissances générales plutôt que d'un cadre biblique. Toutefois, pour ceux qui l'utilisent dans un contexte chrétien (notamment la préparation de prédications), cela ne doit pas poser de problème. Les principes sont exactement les mêmes, que le contenu à communiquer soit théologique ou autre.

Qu'est-ce donc qu'une « PC » ?

Elle n'a rien à voir ni avec les ordinateurs de bureau ni avec la politique de gauche. La « PC » est tout simplement la « **Proposition Centrale** ». C'est l'idée principale que les gens sont censés retenir. Si tu as déjà entendu quelqu'un faire un discours et à la fin tu n'étais pas vraiment sûr où il voulait en venir, ou bien tu n'as pas fait attention, ou bien il n'avait pas su utiliser correctement le principe d'une PC. Si donc tu ne veux pas que les gens aient à se poser cette question quand *tu* as fini de parler, toi, il faut que tu maîtrises bien le principe d'une PC. Commençons par éliminer trois erreurs courantes dans les formulations d'une PC :

- Tout d'abord, la PC n'est pas le sujet, même si beaucoup de personnes les confondent. Le sujet d'une présentation définit plus ou moins les limites de la matière abordé : « *Les types d'arbres et l'utilité de leur bois* ». Il faut savoir quel est son sujet, bien sûr. Mais un sujet est trop « générique » pour être une PC. Si on se donne la peine de communiquer quelque chose, c'est qu'on veut que l'information donnée serve à quelque chose. Ce but peut être très varié (transformer ta vie de fond en comble, t'aider à préparer un examen, t'inciter à faire tel choix plutôt que tel autre, te montrer comment résoudre une difficulté que tu risques de rencontrer...) mais elle y est quelque part, forcément. Sinon, la communication ne sert à rien.
Si la communication doit servir à quelque chose, il faut que les gens sachent à quoi elle doit servir. Savoir comment telle information peut être utile pour les auditeurs, c'est la proposition centrale : la PC. Si le sujet n'est pas la PC, c'est que le sujet, en soit, n'aborde pas l'aspect « utilité pratique ». « Les types d'arbres et l'utilité de leur bois » peut conduire à une application, mais n'est pas encore une application. Ne prétendons donc pas avoir une « proposition centrale » si on n'a que le sujet.
- Ensuite, la PC n'est pas un résumé du discours. Une autre erreur courante dans la formulation d'une PC est de la faire trop longue et pas assez précise : « *Les résineux ne sont pas ce qu'il y a de meilleur comme bois de chauffage, à cause de la résine qui fait éclater et parce que le bois ne dégage pas assez de chaleur durable, et le peuplier n'est pas très bien non plus parce que, même s'il n'a pas de résine, le bois ne chauffe pas beaucoup non plus, tandis que le chêne et le charme sont de bons bois pour le chauffage mais c'est parfois dommage d'utiliser le chêne comme bois de chauffage puisqu'il est utile pour tant* »

d'autres choses mais le charme n'est pas très utile pour d'autres choses donc il est peut-être le meilleur bois de chauffage, bien que sa dureté risque d'user les chaînes des tronçonneuses quand on le coupe et c'est encore pire si on fait tout à la main avec une scie ordinaire. » Ouf ! Tu veux vraiment que les auditeurs retiennent prioritairement tout ça ? Est-ce que vraiment chaque aspect d'un tel résumé a la même importance fondamentale ?

Si tu ne peux pas formuler ta phrase dans une PC relativement courte, c'est que tu ne maîtrises pas encore suffisamment ta présentation. Tu sais quel est le sujet en général, mais tu ne sais pas où tu veux en venir. Quand tu sais ce que tu veux que les gens retiennent prioritairement—ce qu'ils doivent comprendre même s'ils oublient tout le reste—tu as peut-être une PC juste.

- Pour finir, la PC n'est pas (normalement) le titre. Un titre est « accrocheur » et identifie en générale le sujet, mais a pour but de susciter de l'intérêt et non de dire quel but précis est recherché. Un *sous-titre* a souvent la fonction d'aborder la PC (c'est le cas de ce document), mais même cela n'est pas une obligation.

Une PC – une seule

Un discours, un enseignement ou toute autre communication où l'auteur n'a pas bien identifié sa PC sera forcément mal faite. Si la PC n'était pas claire, le résultat sera décousu, flou, désordonné. Pourtant, il devait y avoir, quelque part, une PC : si la communication a lieu, c'est pour une raison. L'essentiel de cette raison est donc la PC. Cela est vrai quelle que soit la longueur, le sujet ou le style de communication.

- En ce qui concerne la longueur, notons qu'il n'y a pas plusieurs PCs dans une même communication. Une PC n'est ni un résumé de l'ensemble, ni un résumé d'une partie. C'est la leçon principale, l'idée fondamentale. La Proposition Centrale, quoi. Si, dans un seul discours, il y a plusieurs PCs, c'est qu'il y a eu plusieurs communications, bout à bout, dans le discours. En vue de l'efficacité dans la communication, c'est à éviter le plus souvent. A peu près le seul contexte où cela peut se faire, c'est un cours théorique ; on aborde la matière dans l'ordre, coupé par des périodes de classe plutôt que par PC abordée. Dans un contexte scolaire, on ne s'attend pas spécialement à ce que chaque période de classe soit une présentation assimilable et applicable sur un sujet précis.

Et encore, même dans ce contexte, il doit y avoir une PC – une seule – pour l'ensemble du cours. Par exemple, aujourd'hui en cours on va peut-être aborder « Ordonner la matière » (PC : « *La communication ne se fait pas de manière efficace s'il n'y a pas un ordre logique dans la présentation* »), « Choisir des illustrations » (PC : « *Il faut comprendre les critères qui font une 'bonne' illustration si on veut que les illustrations facilitent la communication* ») et commencer « Formuler la conclusion » (PC : « *La conclusion doit faire ressortir clairement la PC et, surtout, l'application voulue de la matière* »), mais ce dernier sujet ne sera terminé que demain. Pourtant, le cours « Les bases de la communication efficace » a, pour l'ensemble, une seule PC, qui est bien précise : « *Il existe des principes bien identifiables qu'il faut maîtriser si on veut communiquer de manière efficace.* » Ne prétendons donc pas que qu'un « discours » vaste et étendu n'a pas de PC à cause de sa longueur. Au contraire, plus c'est long, plus une PC très précise est essentielle, si tu ne veux pas être « hors sujet » la moitié du temps et avoir des auditeurs qui, même à la fin, n'ont pas très bien compris où tu voulais en venir.

- En ce qui concerne le sujet, il n'y a pas besoin de s'étendre : toute communication a une PC, point. Un discours sur les valeurs spirituelles, un enseignement sur l'histoire, une formation sur les risques d'incendie dans un chalet en bois, ou une explication sur la manière de mettre les tables pour le banquet... le sujet abordé ne change pas le principe : si tu veux communiquer de manière efficace, tu dois bien connaître ta PC.
- En ce qui concerne la manière de communiquer, finalement, il n'y a pas besoin de s'étendre non plus. Il suffit de comprendre que le type de communication ne change en rien le besoin d'une PC. Si tu communique par un discours magistral, par un mime où tu n'ouvres jamais la bouche, par un jeu où les participants passent la plus grande partie de leur temps à courir quelque part, ou par tout autre moyen, il y a une raison pour la communication, il y a une idée que tu veux faire passer. Cette idée, le cœur de cette idée, la partie non-négociable et absolument essentielle, est la PC. Elle y est forcément et si l'auteur de la communication ne sait pas bien la formuler, la communication ne sera pas claire, avec le résultat que chacun comprendra à peu près ce qu'il veut.

Trois critères pour une PC bien exploitable

Une PC doit être précise, courte et applicable. Résumons cela dans l'ordre :

- **Une PC précise** : « *Si tu connais même quatre ou cinq arbres courants, tu seras capable de savoir quel bois utiliser pour quelle situation* » est plus utile que « *Savoir faire la différence entre les arbres et leur bois* ». La deuxième formulation relève plus du sujet que de la PC. La première, en revanche, m'aide à bien cibler l'étendu du sujet (je ne vais pas essayer de faire un discours sur tous les arbres qui existent, mais seulement les plus courants qui poussent par ici) et, surtout, donne la *raison* du sujet (la différence entre les types de bois n'est pas un simple exercice intellectuel ; je veux que les auditeurs soient capables d'accomplir quelques tâches bien précises avec un bois adapté).
- **Une PC courte** : « *Il y a 22 essences d'arbres qui sont natives de notre région, mais on n'a pas besoin de les connaître toutes ; il suffit de connaître les plus courants en vue de savoir quel type de bois est adapté à quelle utilisation, et pourquoi* » est trop longue comme PC. Elle contient de l'information qui n'est pas essentielle (on s'en fiche, à la limite, si les auditeurs retiennent le nombre d'essences qui sont natives à cette région) et sa longueur fait que moi-même, j'aurai du mal à garder le tout constamment en tête.
- **Une PC applicable** : « *La différence entre le bois de sapin et le bois de chêne* » n'est pas une application. C'est un sujet. A partir de ce sujet, il y a différentes applications possibles. La PC doit identifier celle que je veux faire ressortir dans le contexte où je me trouve. Est-ce que je veux que les gens arrêtent de couper les chênes pour faire leurs barbecues ? Est-ce que je veux leur apprendre à éviter les risques liés à l'utilisation de bois résineux dans une cheminée ouverte ? Est-ce que je veux qu'ils aient une connaissance générale de ce que chaque type de bois peut faire ? Selon le but de la communication, la PC ne sera pas la même, parce que la PC résume le but de la communication : « Je veux en arriver *là* ! »

Si tu veux que ta PC soit conforme à ces trois principes, tu dois la formuler explicitement. Au moins dans ta tête ; par écrit, c'est encore mieux. Mieux tu identifies ta PC, mieux tu peux la rendre claire, courte et applicable.

La place de la PC dans la préparation de la communication

La PC n'est pas toujours le premier élément dont tu disposes, du moins en ce qui concerne sa formulation précise et définitive. Il est fort possible que tu commences avec un sujet. C'est le « quoi » de la communication, plutôt que le « pourquoi ». Le « pourquoi », au début, est peut-être assez vague. Ce n'est pas grave. Mais il ne faut pas que le but reste vague jusqu'au bout.

En revanche, la PC ne peut *jamais* être le dernier élément dont tu disposes. Il y a *forcément* du travail à faire une fois que tu as une formulation pleinement satisfaisante et donc définitive de la PC. Même si tu connais bien le sujet, la PC va t'aider dans les dernières étapes de la préparation, d'au moins trois manières différentes :

- **La PC va t'aider à faire un tri dans l'information à présenter.** Dans tes recherches pour préparer le sujet, il est pratiquement certain que tu as découvert des informations qui ne sont pas utiles, compte tenu du but retenu finalement pour la communication. En étudiant les résineux, par exemple, tu as peut-être découvert que les pins ne poussent pratiquement jamais de manière naturelle dans l'hémisphère sud ; s'ils y sont, c'est par importation. Et alors ? Cela n'a aucune incidence si le but de la communication est de comprendre quel bois utiliser comme bois de chauffage. Tu le mets donc de côté, parce que cela n'apportera rien d'utile en vue de la PC choisie. En revanche, tu as découvert que le charme est tellement tordu qu'il est presque impossible d'en faire des belles planches ou poutres. Cela, tu vas le garder, car c'est une des raisons pour laquelle le charme est un bon bois de chauffage. En revanche, on remarquera qu'on ne peut pas faire ce tri tant qu'on ne sait pas quelle est sa PC : le tri dans la matière à présenter vient donc forcément *après* la formulation de la PC.
- **La PC aide à hiérarchiser l'information présentée.** Même dans la matière retenue, tout n'a pas la même valeur. C'est utile, en vue de faire la différence entre les épicéas et les sapins, de savoir que les cônes des sapins poussent vers le haut alors que les cônes des épicéas pendent vers le bas. Mais si le but est l'utilité du bois dans le chauffage, ceci n'est pas aussi important que l'identification de la différence entre les résineux et les feuillus, puisque la différence entre le bois de sapin et le bois d'épicéa, en ce qui concerne l'utilisation comme bois de chauffage, n'est pas énorme. Il s'agit donc de mettre plus d'accent sur certaines choses et moins sur d'autres : ce que les auditeurs doivent retenir prioritairement sera mis en avant davantage que ce qui est utile mais pas essentiel. De nouveau, cela ne peut pas se faire tant qu'on ne connaît pas, avec précision, la PC.

- La PC aide à ordonner l'information présentée. Quand on sait ce qu'on va présenter et ce qu'on ne va pas présenter, on est plus en mesure de la mettre dans un ordre logique, un ordre qui permettra aux auditeurs de savoir d'où on sort chaque aspect, et l'importance qu'il a dans l'ensemble. L'ordre de présentation n'est pas la même selon la PC, car l'ordre devient une sorte de « chemin » bien tracé (il devrait l'être, en tout cas) à travers la présentation, et qui mène vers le but. Or, on ne peut pas tracer un chemin vers le but tant qu'on n'a pas identifié le but.

Une fois la PC trouvée, il ne faut donc pas penser qu'on a fini le travail de préparation. On a peut-être fini les recherches (et encore, ce n'est pas dit—en sachant où on veut arriver avec précision, on découvrira peut-être qu'il faudra approfondir tel ou tel aspect davantage), mais c'est seulement à ce moment-là qu'on est prêt à commencer la mise en forme de la présentation. Cela peut prendre plus ou moins de temps, selon les personnes et le sujet, mais c'est forcément à faire *après* avoir identifié la PC.

La place de la PC dans la communication elle-même

Où placer la PC, et comment, dans la présentation ? En fait, il n'y a pas de réponse « taille unique » qui s'appliquera à toutes les situations. Selon la méthode de communication choisie, il peut y avoir pas mal de variation. Néanmoins, il y a deux principes à retenir très clairement :

- D'abord, il ne faut pas que la PC soit cachée. D'une manière ou d'une autre, il faut l'appuyer. Il faut qu'elle saute aux yeux du public. Cela ne veut pas forcément dire qu'elle sera mis en évidence dès le début ; il se peut même qu'elle n'apparaisse que tout à la fin (par exemple, il se peut que tu as utilisé la plus grande partie de ton temps pour présenter tel ou tel principe, pour arriver à la démonstration éclatante que ce principe est mauvais et faire ressortir, par conséquent, que c'est tout le contraire qu'il faut faire ; dans certains contextes, c'est une forme qui peut être très efficace, surtout si les gens « ne te voyait pas venir »). Mais il ne faut pas que les auditeurs aient à se demander ce que c'était. Par la répétition tout au long du discours, par la surprise seulement à la fin, par un grand poster que les gens vont voir constamment, ou par tout autre méthode, il faut que la PC soit clairement appuyé pour que le public l'identifie facilement.
- Ensuite, il faut absolument que la PC figure très clairement dans la conclusion. Il n'est absolument pas obligé qu'elle soit dans l'introduction (ce n'est pas du tout exclu non plus, mais ce n'est pas forcément nécessaire ; tout dépend de la forme de communication choisie) mais si elle ne ressort pas de manière flagrante dans la conclusion, ce n'est pas ce que le public retiendra. Là encore, la manière précise de la présenter dans la conclusion peut varier, mais le principe ne peut pas varier : la raison d'être d'une conclusion, c'est d'être sûr que les gens ont bien identifié la PC.

Bonnes PCs à chacun et chacune !

En suivant mes propres conseils, et pour illustrer le principe que toute communication a une PC, je vais donc conclure avec la PC de ce texte : « *Si tu veux communiquer efficacement, tu dois absolument comprendre la nature et l'utilité d'une PC.* »