PhDesign

AGENCE DE COMMUNICATION AU SERVICE DE LA RECHERCHE

L'ART DE COMMUNIQUER ORALEMENT SA RECHERCHE EN CONFÉRENCE

1 Prendre le temps de réfléchir à son audience

La saison des conférences approche! Vous le savez, préparer une présentation efficace va au-delà d'un assemblage d'un ensemble de diapositives . Afin de vous aider à mieux communiquer avec votre audience, à capter et maintenir son attention, et à favoriser la compréhension et la mémorisation de votre présentation, l'agence PhDesign a préparé une série de 3 fiches synthèses. Elles ont été élaborées à partir de nos expertises en psychologie, communication scientifique, graphisme. Elles s'appuient sur la littérature scientifique sur le sujet, et plus particulièrement des travaux de Stephen Kosslyn[1] sur les 8 principes psychologiques à prendre en compte dans le cadre de présentations scientifiques (à découvrir à travers cette série de fiches).

Ces fiches synthèses couvrent 3 aspects clés de la préparation d'une communication:

1. Le public visé
2. Les objectifs de la communication et le message clé
3. Le contenu de la communication

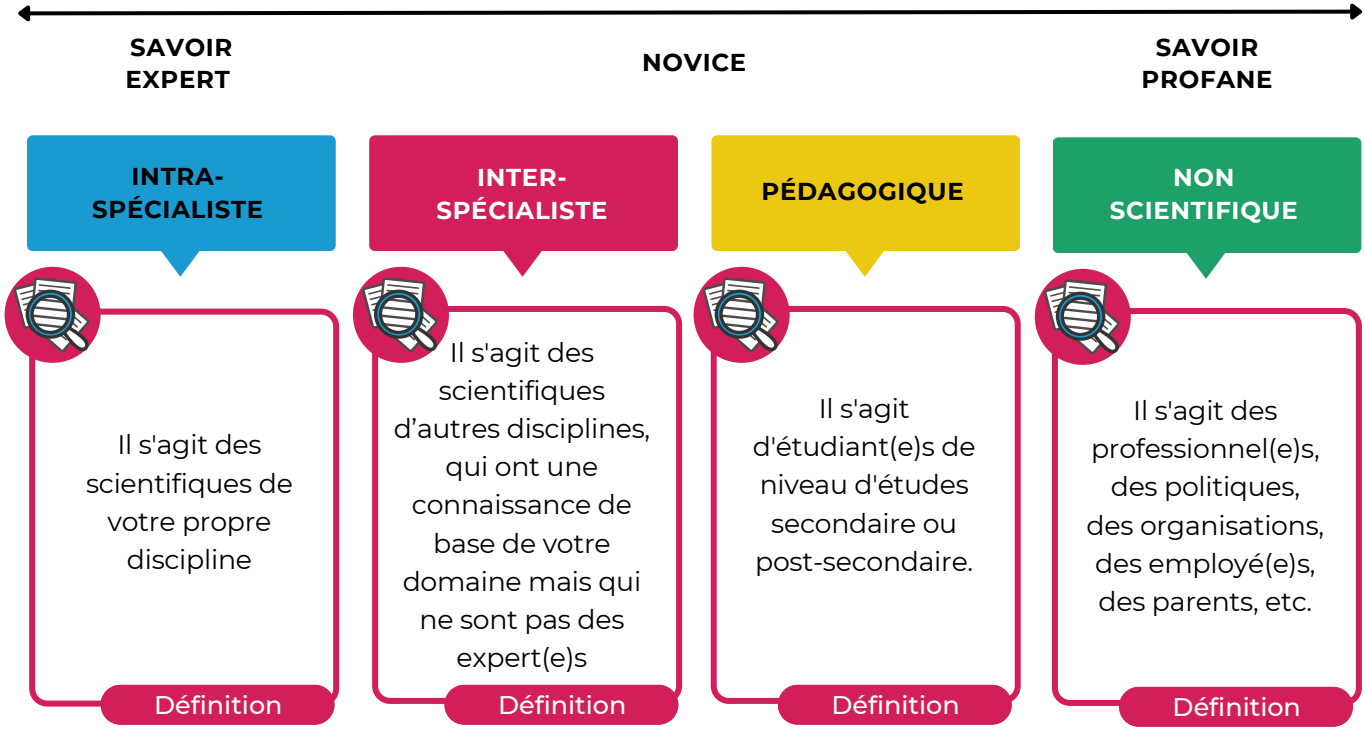
Thèmatique

Cette première fiche synthèse porte sur le public visé.

Agence PhDesign - 2023
Ce document est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons
Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International

Définir le public ciblé est une étape souvent délaissée ou prise pour acquise. Pourtant, prendre un moment pour réfléchir au public cible principal est essentiel à la fois pour personnaliser le message et les objectifs de communication mais aussi pour gagner du temps dans la suite de votre préparation. Selon Alley, M. (2003)[2] «En analysant un public, vous évaluez ce qu'il sait, pourquoi il est là et quels sont ses préjugés». Le public cible peut être intra-spécialiste, inter-spécialiste, pédagogique ou non scientifique (figure 1).

Figure 1. *Continuum* de la compréhension scientifique
Adapté de Bucchi et Trench (2021)[3] et de Cloitre et Shinn (1985)[4]



NOTES

Comment s'y prendre pour obtenir des informations sur le profil du public cible?

Analyser la documentation existante sur le site de l'organisation

Consultez les informations disponibles sur le site de l'organisation pour laquelle vous préparez votre communication (objectifs, disciplines représentées, liste des intervenant(e)s, etc.), ainsi que la liste des personnes inscrites (lorsqu'elle est accessible).

Utiliser vos expériences passées et celles de vos collègues

Cela est fort utile lorsque vous ou vos collègues êtes déjà allés à une précédente édition de la même conférence. Essayez de vous rappeler si vous aviez fait des constats sur le type de public.

Questions à se poser : Aviez-vous été surpris(e) par certaines questions/remarques? Qu'est-ce qui vous vient spontanément à l'esprit lorsque vous pensez à l'événement passé?

Sonder votre réseau, évaluer le type de personnes intéressées par l'événement

Évaluer l'intérêt de votre réseau notamment à travers vos médias sociaux.

Sur Linkedin, vous pouvez facilement "créer un événement" qui permet de comptabiliser les personnes intéressées à y assister. Cela ne veut pas nécessairement dire que ces personnes s'y rendront, mais l'analyse de leur profil permettra de vous orienter dans la définition de votre public cible.

Astuce

À savoir

Il y a un lien entre le sujet de votre présentation et la capacité d'attirer certains publics. Il est donc important de se questionner sur le profil que l'on souhaite rejoindre en priorité. Cependant, toute une série de facteurs externes (par ex. l'objectif et le lieu de la conférence, les présentations précédant, succédant ou se déroulant en parallèle de la vôtre) influencent la composition de l'audience.

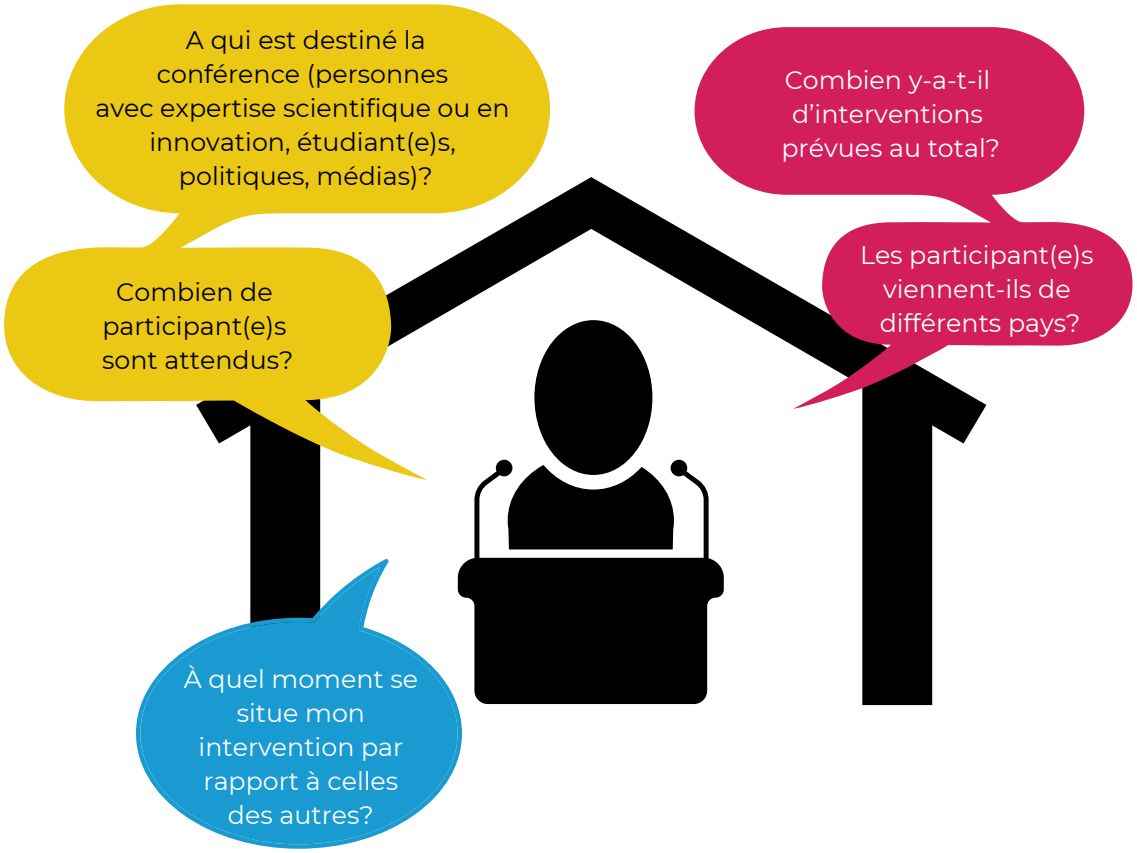
Après avoir obtenu ces premiers indices, vous devriez être en mesure d'établir votre *persona*, soit une personne fictive représentant le profil moyen des personnes de l'audience (figure 2).

Figure 2. Exemples de questions à se poser pour établir le profil moyen de l'audience

NOTES

Analyser le contexte, soit les éléments liés à l'organisation de la conférence, aide à mieux situer le *persona* (figure 3).

Figure 3. Exemples de questions à se poser pour analyser le contexte



Si malgré ce qui précède vous avez toujours de la difficulté à identifier les caractéristiques de votre public cible ou si votre public cible est composé de profils très hétérogènes du fait de la nature du sujet ou du public visé par la conférence, **vous devriez vous entraîner à présenter votre message** à des personnes issues des différentes catégories pressenties.

Astuce

NOTES

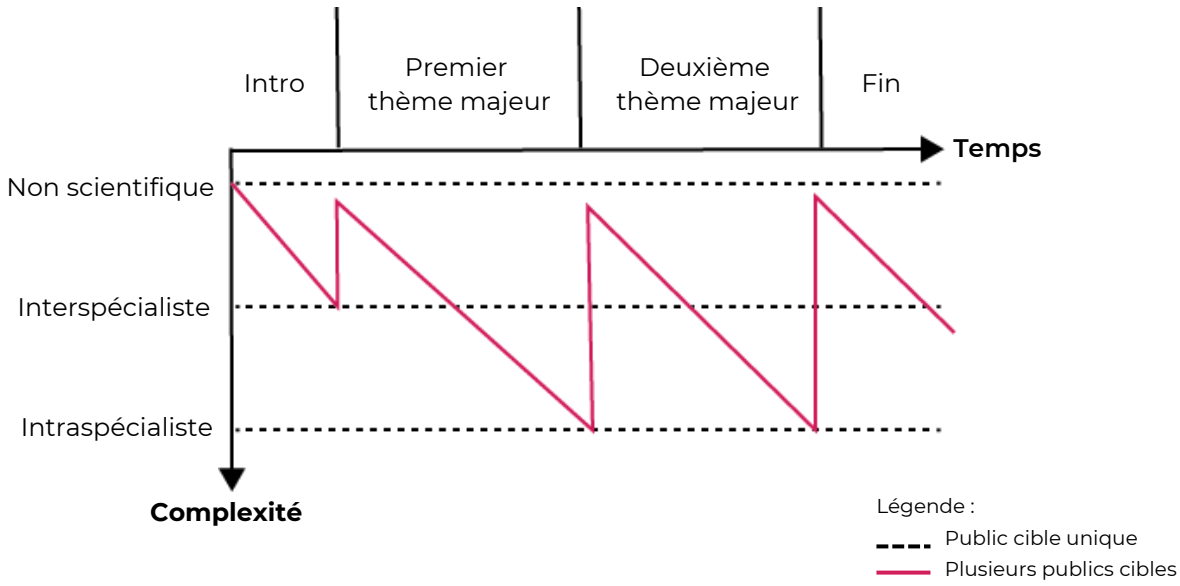
Principes généraux de communication en fonction du public cible

Apprendre de votre public cible principal permet de mieux comprendre ses attentes.
Les deux questions essentielles à garder en tête lors de la préparation de votre présentation:

- Est-ce que mon public cible comprendra ces détails?
- Est-ce que mon public cible sera intéressé par ces détails?

De façon pratico-pratique, lorsque vous avez plusieurs types de public, chacune des sections de votre présentation devrait s'adresser de façon séquentielle : d'abord au public non scientifique, ensuite au public inter-spécialiste, puis au public intra-spécialiste. Le niveau de complexité doit donc aller de faible à élevé (figure 4).

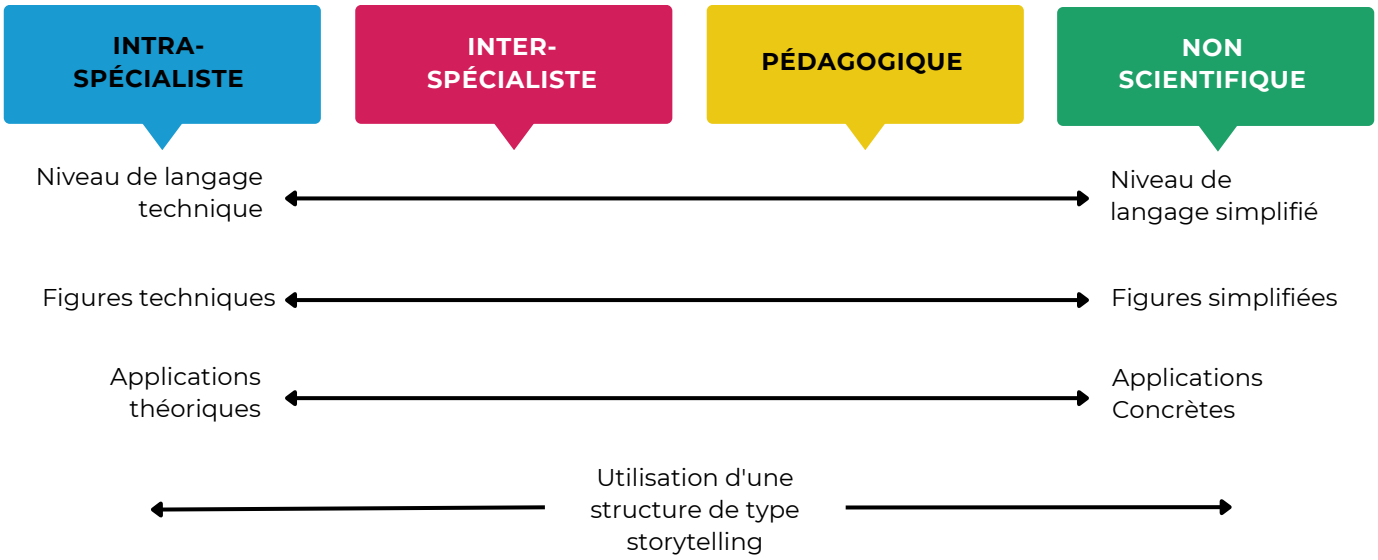
Figure 4. Le niveau de complexité dans une présentation dépend du type d'audience.
Inspiré de Alley, M. (2003). The craft of scientific presentations (Vol. 41). New York, NY: Springer.



À savoir

Quel que soit votre public, votre propos doit être clair et suivre idéalement le principe du storytelling, en utilisant une structure de type ET MAIS DONC. Par ailleurs l'utilisation d'analogies et d'images permettent de faciliter la compréhension et la rétention de l'information. Nous y reviendrons dans une prochaine fiche synthèse.

Figure 5. Résumé des approches à privilégier selon le type de public cible principal.



Thèmatique

Dans la prochaine fiche synthèse, nous aborderons les étapes permettant de bien défini vos objectifs de communication, vos intentions de communication et la définition de votre message clé.

Découvrez les **2 principes psychologiques** à prendre en compte dans le cadre de présentations scientifiques pour «**Se connecter à son public**».

- **Principe de pertinence** : la communication est plus efficace lorsque ni trop ni trop peu d'informations ne sont présentées.
- **Principe de connaissance appropriée** : le présentateur doit entrer en contact avec ce que les membres du public savent déjà.

Principe psychologique

Références citées et coups de cœur de l'agence

Références citées :

1 Kosslyn, S. M. (2007). *Clear and to the point: 8 psychological principles for compelling PowerPoint presentations*. Oxford University Press.

2 Alley, M. (2003), *The craft of scientific presentations (Vol. 41)*. New York, NY: Springer

3 Bucchi, M., & Trench, B. (Eds.). (2021). *Routledge handbook of public communication of science and technology*. Routledge.

4 Cloître, M., & Shinn, T. (1985). Expository practice: Social, cognitive and epistemological linkage. *Expository science: Forms and functions of popularisation*, 31-60.

Coups de cœur de l'agence :

https://centrescience.3mcanada.ca/3m-state-of-science-index. Lorsque votre communication s'adresse à un public non scientifique, il est toujours intéressant d'avoir une idée de leur niveau de connaissances et confiance initial spécifiquement envers le sujet abordé ou plus généralement envers la science. Cet indice de l'état de la science par 3M explore précisément les opinions mondiales au sujet de la science.

Alley, M. (2003). *The craft of scientific presentations (Vol. 41)*. New York, NY: Springer. L'ouvrage de Alley, M. (2003) résume en 6 chapitres les éléments importants à prendre en compte dans la préparation de présentations scientifiques ainsi que les erreurs à éviter.

https://journals.sagepub.com/home/scx. Les publications scientifiques du journal Science Communication portent sur la communication au sein des communautés de recherche, sur la communication d'informations scientifiques et techniques au public non scientifique et sur les règles et politiques de communication scientifique.

https://www.raccoursci.com/ RaccourSci est une plateforme offrant des ressources sur la communication scientifique en français.

ComSciCon QC

PhDesign

Votre avis est important pour nous: envoyez-nous vos commentaires et suggestions à jane@agencephdesign.ca

Agence PhDesign - 2023
Ce document est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Partage dans les Mêmes Conditions 4.0 International