

## CLAIRE ET EFFICACE, La communication écrite

Une simple question d'inspiration ? S'exprimer avec style, ou au moins avec clarté, requiert surtout une méthodologie et quelques techniques. Découvrez les astuces qui vous permettront d'écrire... pour être lu.

### 1 Rechercher l'information

Afin d'obtenir des informations précises pour rédiger un document écrit (article, plan, note, compte-rendu, cahier des charges...), faites d'abord appel à des « sources » : centres de documentation, sites Internet, personnes physiques, etc.

Il convient d'être vigilant par rapport :

- à la fiabilité de l'information
- à l'habilitation de la personne interrogée, afin de préserver la cohérence de la communication interne
- au droit de réserve, respectable, de vos interlocuteurs

### 2 « Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement... »

En communication écrite, la fameuse formule de Boileau reste d'actualité. Cerner avec précision ce qu'il faut exprimer, ainsi que l'enchaînement des idées, est le meilleur moyen d'atteindre rapidement votre objectif. Vous pouvez :

- exprimer vos idées par oral, pour vérifier leur clarté
- dans tous les cas, rédiger un plan. Cette partie, parfois laborieuse, garantit la rigueur de votre raisonnement, quelle que soit la quantité de texte à fournir.

A moins de rédiger pour soi, une communication écrite réussie est toujours orientée en direction d'un interlocuteur ou d'un groupe de récepteurs défini et qualifié. Rappelez-vous : c'est la cible, et pas seulement l'émetteur, qui détermine le fond et la forme du propos (Cf *Astuces de la Com'* - Février 2008) !



### 3 Clarté, concision et pédagogie

**Sur le fond :**

Une communication écrite professionnelle vise la clarté : phrases simples, style fluide, grammaire et orthographe impeccables, vocabulaire précis.

Elle implique également la concision : « du latin *concisus*, tranché. Qui exprime beaucoup de choses en peu de mots ; bref et dense », selon Larousse.

Elle recherche la pédagogie : vulgarisation des messages et utilisation d'un langage adapté à la cible.

**Sur la forme :**

La mise en page sert la clarté du texte : titres, intertitres, découpage en paragraphes, choix de la police, typographie, couleurs...



**Isabelle NOURY**  
Communication Réactive

## Dans le détail d'une phrase...

### Le verbe :

Au cœur de la phrase se trouve le verbe. Il indique l'action :

- Choisissez le verbe le plus précis possible
- Favorisez les verbes d'action plutôt que les verbes d'état (être, sembler, paraître, devenir)
- Evitez les périphrases (il m'a donné l'autorisation de... Il m'a autorisé à...)

### Les adverbes et les adjectifs :

Evitez les adverbes qui n'enrichissent pas l'information mais brouillent le message.

Les adverbes et les adjectifs sont à utiliser seulement lorsqu'ils apportent une information complémentaire.

Les adverbes en « -ment » ou en « -able » peuvent alourdir phonétiquement la phrase.

### Le sujet :

Favorisez le « vous » plutôt que le « je » ou le « nous » : la deuxième personne interpelle directement votre interlocuteur.

## Sens et son des mots : la prosodie musicale

La prosodie musicale est « *la mise en concordance de la musique (durées, intervalles) et des accents du texte* », selon Larousse.

Elle constitue un moyen efficace d'améliorer son style rédactionnel. Chaque mot résonne en effet dans l'oreille interne avec des sons spécifiques.

Un style est cohérent lorsqu'il y a adéquation entre le *son* du mot et son *sens*.

Prenons un exemple. Phèdre s'écrit : « Pour qui sont ces serpents qui sifflent sur vos têtes ? ». Par le jeu des *allitérations* (répétition de consonnes), Racine associe le son [s] au sifflement des serpents, accentuant ainsi l'effet de la phrase sur le lecteur.

Dans *La Maison du Berger*, Alfred de Vigny fait le choix de l'*assonance* (répétition de voyelles) pour provoquer une sensation de langueur :

« Oh ! Qui verra deux fois ta grâce et ta tendresse,  
Ange doux et plaintif qui parle en soupirant ?  
Qui naîtra comme toi portant une caresse  
Dans chaque éclair tombé de ton regard mourant... »

## Sur le fond : choisissez un plan

Etablissez un plan en fonction de la nature du sujet, de la logique du raisonnement et de votre propre mode de fonctionnement :

**3 QOCP** : Qui, Quoi, Quand, Où, Comment Pourquoi ?

**Plan descriptif** : activité, secteur, histoire, organisation...

**Plan par aspects** : aspects financier, commercial, sociologique, technique...

**Plan chronologique** : passé/présent/futur ou présent/passé/futur

**Plan en 6 étapes** : faits, diagnostic, contraintes, solutions possibles, solution retenue, modalités de mise en œuvre

**AIDA** : Attention / Intérêt / Désir / Acte

## Sur la forme : donnez du rythme !

L'un des moyens les plus efficaces pour dynamiser une phrase est de casser son rythme classique.

### Exemples :

Bien que l'année s'annonce difficile, il est certain de pouvoir augmenter son chiffre d'affaires :

*Son chiffre d'affaires, il est certain de pouvoir l'augmenter, bien que l'année s'annonce difficile.*

*Son chiffre d'affaires, il peut l'augmenter. Il en est certain. Bien que l'année s'annonce difficile.*

*Pourra-t-il augmenter son chiffre d'affaires ? Bien que l'année s'annonce difficile, il en est certain.*

Inverser l'ordre des mots met certains d'entre eux en perspective. La phrase, oralisée, prend davantage de relief. Dans cette dynamique, la ponctuation joue un rôle important.