

Bescherelle

Optimisez
vos écrits

Rédiger et communiquer

EFFICACEMENT



- Les techniques d'expression et de communication
- Les différents types d'écrits : mails, comptes rendus, synthèses...

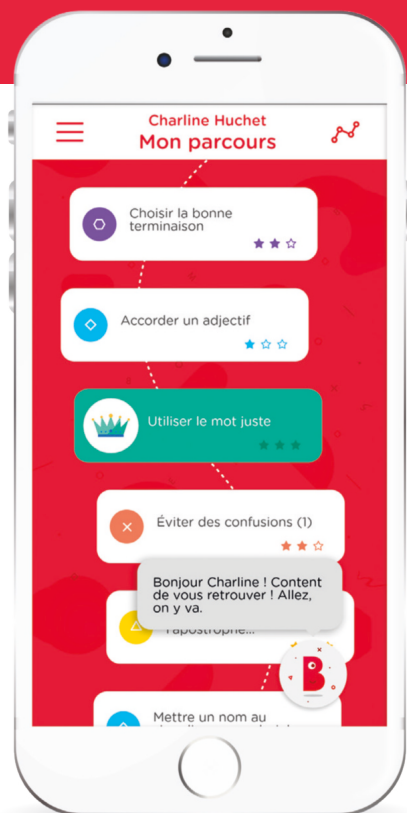
avec
300
exercices
corrigés



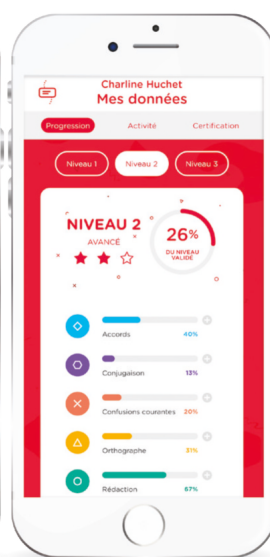
Neuf Français sur dix déclarent
faire des fautes d'orthographe.*

Et vous ?

Mon coach Bescherelle



Parce que bien écrire est indispensable dans la vie personnelle et professionnelle, **choisissez LA solution pour rédiger efficacement et sans fautes !**



- Un entraînement personnalisé grâce à l'intelligence artificielle
- 5 000 exercices variés, des fiches de cours, des vidéos
- Un coach pour rester motivé
- Un tableau de bord pour suivre ses progrès

Technologie
KNEWTON



Profitez de notre offre !

Téléchargez l'application et bénéficiez de **deux semaines d'entraînement gratuit**.
Offre valable pendant toute la durée de commercialisation de cet ouvrage.

Rendez-vous sur moncoach.bescherelle.com/mon-offre



*Étude IFOP réalisée entre le 2 et le 7 juillet 2016 auprès d'un échantillon de 607 individus représentatifs âgés de 18 à 50 ans.

Bescherelle

Rédiger et communiquer

EFFICACEMENT

■ Marie-Aline Sergent

■ Sandrine Girard

Avec la collaboration d'Olivier Chartrain



Édition : **La Boîte à mots**, Gwendoline Rousseau

Illustrations : **Marie-Lou Lesage**, Nicolas Haverland, Juliette Bailly (mascotte)

Infographies : **Anne Krawczyk**, Lezarts Création

Conception graphique : **Marc & Yvette**

Mise en page : **idbleu**, Véronique Blouet

© **Hatier, Paris, 2021**

Sous réserve des exceptions légales, toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle, faite, par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit, est illicite et constitue une contrefaçon sanctionnée par le Code de la Propriété Intellectuelle. Le CFC est le seul habilité à délivrer des autorisations de reproduction par reprographie, sous réserve en cas d'utilisation aux fins de vente, de location, de publicité ou de promotion de l'accord de l'auteur ou des ayants droit.

Sommaire

Les techniques de rédaction

Maîtriser les fondamentaux de la communication écrite

01	Tenir compte de la situation de communication ...	6
02	Prendre en compte son public	8
03	Définir la fonction de son écrit	10
Bilan 1		12

Rédiger un mail

04	Concevoir un mail : les règles générales	14
05	Concevoir un mail « push »	16
06	Concevoir un mail en réponse à	18
07	Rédiger un mail : les bonnes pratiques	20
Bilan 2		22

Rédiger une candidature

08	Concevoir un CV	24
09	Présenter un CV	26
10	Concevoir une lettre de motivation	28
11	Rédiger une lettre de motivation	30
Bilan 3		32

Rendre compte, expliquer, développer

12	Prendre des notes au cours d'une réunion	34
13	Rédiger un compte-rendu de réunion	36
14	Expliquer une procédure	38
15	Rédiger un texte long (rapport, dossier...)	40
Bilan 4		42

Résumer, synthétiser, argumenter

16	Résumer un document	44
17	Faire la synthèse de plusieurs documents (1)	46
18	Faire la synthèse de plusieurs documents (2)	48
19	Synthétiser des données chiffrées	50
20	Défendre une idée, argumenter	52
Bilan 5		54

Rédiger pour le web

21	Écrire pour le web : les règles générales	56
22	Rédiger pour le web (1)	58
23	Rédiger pour le web (2)	60
Bilan 6		62

Préparer un support écrit pour l'oral

24	Concevoir une présentation avec diapositives	64
25	Réaliser une présentation avec diapositives	66
Bilan 7		68

Concevoir et réaliser une infographie

26	Représenter des données chiffrées	70
27	Composer une infographie	72
Bilan 8		74

Se relire efficacement

28	Se relire : vérifier ses informations	76
29	Se relire : vérifier la cohérence d'ensemble	78
30	Rendre son texte plus efficace	80
31	Chasser les fautes	82
Bilan 9		84

La boîte à outils : pour des écrits clairs et fluides

Éviter les fautes de construction

32	Utiliser la préposition qui convient.....	88
33	Bien employer les pronoms relatifs.....	90
34	Utiliser correctement les outils de la négation.....	92
35	Formuler des questions directes ou indirectes.....	94
36	Éviter les pièges de la coordination.....	96
37	Éviter les ruptures de construction.....	98
38	Indicatif ou subjonctif ? Employer le bon mode ...	100

L'essentiel en schémas..... 102

Bilan 10..... 106

S'exprimer de manière logique

39	Exprimer un lien de cause, de conséquence ou de but.....	108
40	Exprimer une opposition, une concession, une comparaison.....	110
41	Exprimer une hypothèse, une condition.....	112
42	Ajouter une idée, la préciser, l'illustrer.....	114

L'essentiel en schémas..... 116

Bilan 11..... 118

S'exprimer de manière fluide

43	Utiliser différents procédés de reprise.....	120
44	Alléger ses phrases.....	122
45	Varier son expression.....	124

L'essentiel en schémas..... 126

Bilan 12..... 128

Utiliser correctement les signes de ponctuation

46	Utiliser le point et la virgule.....	130
47	Maîtriser l'emploi de la virgule.....	132
48	Connaître les autres signes de ponctuation.....	134

L'essentiel en schémas..... 136

Bilan 13..... 137

Utiliser le mot juste

49	Distinguer des paronymes.....	138
50	Choisir le synonyme approprié.....	140
51	Utiliser le registre de langue qui convient.....	142
52	Employer des termes abstraits.....	144
53	Maîtriser le vocabulaire commercial.....	146

L'essentiel en schémas..... 148

Bilan 14..... 150

Annexes

p. 154

Corrigés

p. 163

Les techniques de rédaction

Tenir compte de la situation de communication

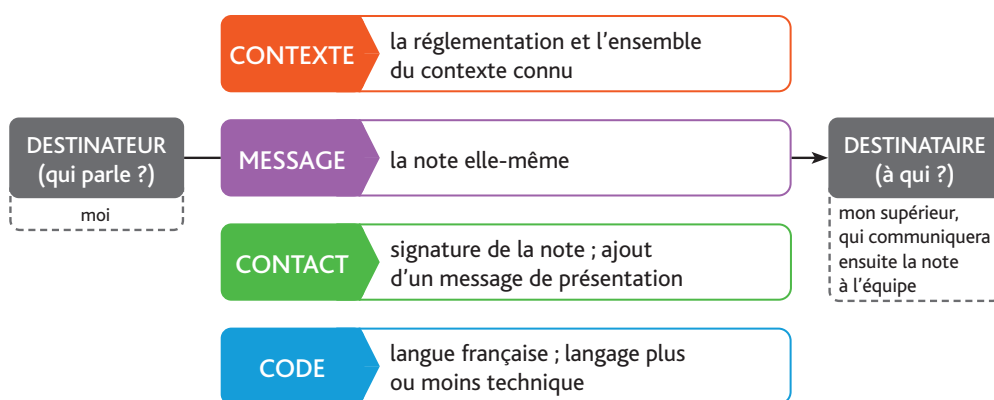
Pour que la communication soit efficace, il est indispensable de tenir compte à la fois du contexte et du mode de communication (oral ou écrit).

A

Identifier la situation de communication

1 La situation de communication est le contexte dans lequel un message est prononcé. On peut s'aider du **schéma proposé par le linguiste Roman Jakobson** pour en identifier différentes composantes à l'œuvre de façon variable dans chaque acte d'énonciation.

Exemple : Mon manager me demande de lui faire une note sur une nouvelle réglementation que toute l'équipe devra ensuite appliquer.



2 Suivant les situations, vous prendrez en compte telle ou telle composante qui vous paraîtra importante. Vous pourrez ainsi :

- doser votre implication en tant que **destinateur** (« *Ce sujet est important pour moi car...* ») ;
- vous adapter au **destinataire** (quels sont ses intérêts, ses contraintes spécifiques ?) ;
- tenir compte des enjeux actuels du **message** ;
- choisir la langue, le **niveau de langue**, la **façon de présenter** les informations et de raisonner en vous adaptant à la situation ;
- maintenir le **contact** avec votre destinataire par des formules d'adresse à l'écrit et par des gestes, des intonations à l'oral...

B

Respecter les spécificités de l'écrit

1 L'écrit occulte le contexte dans lequel vous êtes lu, les réactions des interlocuteurs, etc. Pour que votre message soit compris, appuyez-vous sur ces cinq principes :

- la **neutralité** (préférer le factuel et le concret aux interprétations subjectives) ;
- la **clarté** (éviter l'ambiguïté, le jargon, le sous-entendu, avoir le souci du mot juste) ;
- la **concision** (éviter de « délayer » l'information) ;
- l'**organisation** (vos interlocuteurs doivent se repérer facilement dans votre écrit) ;
- la **simplicité** (choisir le bon degré de vulgarisation possible, faire des phrases simples).

2 Le français écrit a, en outre, des spécificités :

- une exigence d'**articulation logique** (mise en paragraphes, connecteurs) ;
- un souci de précision et de **correction linguistique** (l'orthographe est une passion française !).

OBSERVER

1

Dans chaque cas, analysez les composantes de la situation de communication en vous inspirant du schéma de Jakobson.

A

1. *Community manager* pour un quotidien, j'anime un compte Twitter pour diffuser les articles principaux et les prises de position de mon journal.
2. Je travaille dans une ONG. Je rédige une note d'analyse sur la situation au Yémen pour le directeur de l'ONG qui participe à une conférence internationale sur le sujet.

2

Pour chaque situation, demandez-vous ce qui fait obstacle à la communication.

A

1. La visioconférence avec les clients de Dehli fonctionne mal : tout le monde parle en même temps, et je n'arrive pas à savoir qui est connecté.
2. Ma collègue ne sait pas s'affirmer en réunion : elle ne manifeste jamais son désaccord, mais n'applique pas ensuite les décisions qui ont été prises.
3. Patrick est difficile à suivre : ses présentations sur écran sont tellement denses qu'on n'arrive pas à les lire tout en l'écoutant.

À NOTER

- Une bonne communication évite trois obstacles majeurs : le bruit sémantique (malentendu), le bruit technique (support illisible, par exemple) et le manque d'efficacité (mon destinataire ne comprend pas le message ou n'en tient pas compte).

3

Amina présente une stratégie à son équipe. Faites correspondre chacune de ses actions à la composante de la situation de communication prise en compte.

A

1. Elle vérifie régulièrement que le public n'est pas perdu.
2. Elle montre le rôle précis de chacun dans la mise en place de cette stratégie.
3. Elle expose sa stratégie à l'aide d'un schéma détaillé.
4. Elle exprime son enthousiasme quant au projet qu'elle présente.
5. Elle rappelle la nécessité d'élaborer une nouvelle stratégie du fait de l'apparition de nouveaux concurrents.

- destinataire
- destinataire
- contexte
- contact
- code

METTRE EN PRATIQUE

4

Dans chacune des situations de communication évoquées dans l'exercice 2, proposez une solution pour lever l'obstacle communicationnel.

A B

5

Après avoir visionné la vidéo ci-contre, détaillez la manière dont la locutrice exploite habilement les différents paramètres de la situation de communication.

A B

À NOTER

- « Ma thèse en 180 secondes » est un concours international de vulgarisation scientifique ouvert aux doctorants francophones. Chacun présente son sujet de recherche à un auditoire non initié.



■ N. Mermet, « Ma thèse en 180 secondes ».
www.youtube.com/watch?v=LefD1DFmbvA

Prendre en compte son public

Comment devenir expert dans « cet art qu'on appelle la suggestion, et qui consiste à faire dans l'esprit des autres une petite incision où l'on met une idée à soi » (Victor Hugo, *L'Homme qui rit*) ? L'une des clés essentielles est de bien connaître son public et de savoir le prendre en compte.



A

Quatre éléments stratégiques

Élément	Exemple
1 L'intérêt Quel est l'enjeu de mon propos pour le public ? Par quoi se sent-il concerné ?	<i>Je présente un livre à des acheteurs potentiels. → Je dois leur montrer non seulement sa qualité, mais aussi le bénéfice qu'ils peuvent en retirer.</i>
2 Le contexte Le contenu que je présente ou le message que je délivre ont-ils des enjeux plus généraux qui dépassent le seul intérêt de mon public ?	<i>J'incite mon client à acheter « vert ». → Cet acte d'achat se situe dans une perspective plus large, il a un impact planétaire.</i>
3 La composition Mon public peut-il comprendre facilement ma démarche ? Mon écrit est-il clairement organisé ?	<i>Pour bien me faire comprendre, je donne des explications, je mets en évidence le plan, j'insère un schéma récapitulatif...</i>
4 La référence Dois-je élucider des allusions, expliciter des références, donner mes sources, pour me faire comprendre et/ou convaincre ?	<i>Je fais un compte-rendu de réunion. → Je renvoie explicitement aux documents qui ont servi de supports à cette réunion.</i>

B

Quatre critères pour une bonne communication

C'est le philosophe Paul Grice qui a proposé, en 1975, ces quatre principes communicationnels, connus sous le nom de « maximes de Grice ».

- 1** La **quantité** : dire ce qu'il faut et pas plus.
Exemple : Le livret d'utilisateur de votre voiture ne vous explique pas le détail du fonctionnement du moteur, mais bien celui du tableau de bord.
- 2** La **qualité** : distinguer le vrai du faux. N'énoncer que le vrai ou préciser quand le discours est non justifié.
Exemple : Avant de relayer une information sur les réseaux sociaux, j'essaie de distinguer le fait d'actualité de la « fake news ». → FICHE 28
- 3** La **relation** : ne dire que ce qui est pertinent pour mon public.
Exemple : Je n'entre pas dans les détails physiologiques si mon petit frère de quatre ans me demande comment on fait les bébés.
- 4** La **modalité** : être clair et éviter l'ambiguïté.

À NOTER

- Ce dernier point dépend du contexte : on peut aussi choisir de rester dans l'allusion, pour éviter de choquer un interlocuteur ou pour ménager sa susceptibilité.