

Les trois registres de la persuasion



L'un des objectifs de la prise de parole en public est de persuader l'auditoire. Il y a trois registres de la persuasion définis par Aristote et toujours fondamentaux :

l'Ethos, le Pathos et le Logos.

ETHOS

Crédibilité



Ethos

Crédibilité que l'orateur inspire à l'auditoire :
il s'agit ici des moyens de persuasion résultant de la
personnalité de l'orateur.

PATHOS

Emotion



Pathos

L'émotion que l'orateur parvient à susciter dans l'auditoire : moyens visant à persuader un public en faisant appel aux émotions, à sa sympathie et à son imaginaire.

LOGOS

Logique



Logos

logique et rationalité : c'est la persuasion par le raisonnement. Il s'agit ici de la clarté du message, la logique du raisonnement tout autant que l'effectivité et la justesse des exemples utilisés.

UIMM

PROMEO

LA FABRIQUE
DE L'AVENIR

Quelle est la signification de logos, pathos et ethos selon Aristote ?

Logos (l'art de la parole, la logique), pathos (la passion, l'affecte) et ethos (la manière d'être, l'attitude) sont les trois éléments que Aristote considère comme essentiels à l'écriture d'un discours persuasif efficace. Cette trinité est issue de son œuvre la Rhétorique, une œuvre divisée en trois tomes et qui fut écrite approximativement en -320 av. J-C. Rhétorique a eu un impact majeur sur la façon d'écrire et de construire des discours : elle est encore étudiée en marketing ainsi que dans l'analyse de discours politiques pour la communication. On représente souvent ces trois éléments sous la forme d'un triangle car ce sont trois concepts de même importance et qui forme un tout.

Même si vous n'envisagez pas prochainement d'écrire un discours, nous vous recommandons tout de même de continuer la lecture de notre article Quelle est la signification de logos, pathos et ethos ? - Aristote, ainsi que de vous intéresser à la Rhétorique d'Aristote, car comprendre la façon dont les orateurs écrivent leurs discours vous donnera les clés pour décrypter les discours politiques et publicitaires, ainsi que pour identifier les messages basés sur des sophismes.

Logos : la logique

Il est important de souligner que le but d'un discours persuasif est, comme son nom l'indique, de convaincre le public. Pour cette raison, il est essentiel de respecter les trois éléments de base soutenus par Aristote et qui seront essentiels pour réussir dans votre entreprise par l'aide du discours.

Nous allons donc tout d'abord nous pencher sur la signification de logos, certainement l'élément le plus connu de la trinité qui constitue la Rhétorique d'Aristote et qui vous aidera à réussir votre discours. S'il fallait donner une définition du logos se serait l'élément qui représente le monde de la pensée et de la logique ; par conséquent, ce sont les éléments que vous intégrez dans votre discours et qui servent à montrer et à démontrer vos propos : ainsi, vous pouvez utiliser des statistiques, des pourcentages, des graphiques, etc. Toutes ces données aideront à rendre votre discours crédible auprès de votre public, même si vous détournent ces chiffres pour les sortir de leur contexte, l'important est d'apporter des "preuves tangibles" de ce que vous avancez pour prévenir tout contre argument chez un public pas forcément spécialisé sur le sujet de votre discours.

Le logos est l'élément qui donne de la solidité rationnelle au discours et qui, par conséquent, se doit d'être incorporé car sinon vous n'apporteriez que des mots qui n'auraient aucun fondement réel. Grâce au logos, vous parviendrez à apporter une partie fiable et scientifique qui soutiendra votre théorie.

Comment incorporer le logos dans un discours

Pour cela rien de plus simple : vous devez inclure des éléments qui appuient votre théorie et que vous pouvez expliquer au public pour qu'il comprenne mieux ce que vous voulez dire. Pour ce faire, vous pouvez utiliser des graphiques ou des statistiques, vous pouvez également vous référer à des recherches ou à des experts que vous avez invités afin qu'ils partagent leurs résultats avec le public. Également, essayez de créer des relations logiques entre les faits qui vous servent d'exemples et vos propos.

Pour doter votre discours de logos vous aurez besoin de faits et des preuves démontrables, sans cela, votre discours ne sera qu'un verbiage, une abondance de paroles vides de sens.

Exemple de discours incluant le logos

La guerre menée contre les drogues depuis 40 ans n'a réussi ni à limiter leur consommation ni à endiguer la criminalité liée à leur production et à leur commerce. Les interpellations pour usage de cannabis atteignent le chiffre annuel de 122 439 et représentent 90% des interpellations pour usage de stupéfiants. Leur nombre a été multiplié par cinq depuis le début des années 1990. En dehors des affaires d'usage, les services de police et de gendarmerie ont effectué 15 302 interpellations pour usage-revente et trafic de cannabis. 31 000 personnes ont été condamnées en 2012 à des peines inscrites au casier judiciaire pour consommation de cannabis.

Esther Benbassa, discours au Sénat du 4 février 2015

Pathos : l'affecte

Pour faire un bon discours persuasif, toujours selon Aristote, il faut aussi prendre en compte le pathos qui est un élément fondamental qu'un bon orateur se doit d'incorporer dans son discours. Le pathos représente l'efficacité de vos paroles, c'est-à-dire leur capacité à provoquer des émotions et captiver vos auditeurs.

Pour illustrer ce qu'Aristote entend par là, pensez un instant à un discours qui vous a marqué, que ce soit dans un film, celui d'un politicien ou autres. Vous avez certainement plusieurs exemples qui vous viennent à l'esprit et c'est très certainement car ceux qui ont prononcé ces paroles ont incorporé le pathos dans leur discours afin de nous émouvoir et faire appels à nos sentiments.

Un bon orateur saura faire éveiller l'empathie chez son public et gérer les émotions et ainsi, créer un discours émouvant et qui marquera le public.

Comment construire un discours avec le pathos

Faire appel aux émotions dans un discours est fondamental pour obtenir les résultats que vous voulez, mais comment y parvenir ? Tout d'abord, vous devez paraître honnête et vulnérable, car apparaître un comme "je-sais-tout" ne vous aidera pas auprès du grand public (de fait on ne s'adresse pas à un public "d'érudits" comme à public plus large). En effet, il faut vous montrer proche de votre public et ne pas instaurer de distance, qu'elle soit sociale ou intellectuelle. Se montrer vulnérable et accessible est la première étape afin que les gens vous accordent leur confiance et pensent que vous êtes comme eux.

Une autre façon efficace d'inclure l'élément pathos, et donc de faire un bon discours, est d'inclure des anecdotes ou des histoires pendant votre discours : cette pratique, très répandue chez les personnalités politiques actuelles, porte le nom de "storytelling". Essayez de construire des récits cohérents avec votre discours et n'hésitez pas à utiliser des métaphores et autres comparaisons pour relier votre histoire au sujet de votre discours. L'utilisation de fiction ou d'exemples tirés de votre expérience personnelle est un bon moyen d'humaniser tout ce que vous dites et, par conséquent, de se rapprocher du public qui fera preuve d'empathie et se reconnaîtra dans vos paroles.

Exemple de discours incluant le pathos

J'ai de la chance, j'ai trouvé ce que j'aimais faire au début de ma vie. Woz et moi avons lancé Apple dans le garage de mes parents quand j'avais 20 ans. On a travaillé dur, et, en dix ans, Apple était passé de juste nous deux dans un garage à une entreprise de 4 000 employés qui valait 2 milliards de dollars. On venait juste de sortir notre plus belle création, le Macintosh, un an plus tôt, et je venais d'avoir 30 ans.

Steve Jobs, discours à l'Université de Stanford le 12 juin 2005

Ethos : l'attitude

Pour finir, abordons l'élément ethos qui est l'un des éléments fondamentaux du discours persuasif. Lorsque nous parlons d'ethos, nous faisons référence à la crédibilité de la personne et l'image qu'elle renvoie à travers son élocution et sa gestuelle.

Si vous voulez convaincre le public de ce que vous dites, il est important qu'il vous croie et, pour ce faire, vous devez être crédible. Si les gens ne vous voient pas comme une personne en qui ils peuvent avoir confiance, votre discours tombera dans l'oreille d'un sourd, peu importe l'argumentation et la validité de vos idées.

Comment inclure l'ethos dans un discours

Comme vous pouvez le constater, il est important de considérer l'ethos pour que votre discours soit persuasif. La première chose est d'avoir des connaissances sur le sujet que vous traitez et, si possible, d'être fort d'une réputation ou de qualifications qui prouvent votre expérience. Par exemple, si vous êtes un médecin, un avocat, un écrivain, etc. reconnu, vous pouvez bâtir votre discours autour de cet atout qui vous garantira une certaine autorité auprès du public.

Si vous n'avez pas cette carte dans votre jeu, vous pouvez "l'emprunter", c'est-à-dire faire référence à des études et des recherches effectuées par des professionnels du secteur qui appuient votre discours, on appellent cela des arguments d'autorités. Ces exemples vous aideront à rendre votre discours plus crédible et, par conséquent, vous gagnerez l'attention et le respect de l'auditoire.

L'ethos peut aussi être garanti par votre attitude et votre charisme. Pour être un bon orateur, il faut compatir avec les gens, savoir comment se tenir face à un auditoire et être bon orateur. Vous ne serez pas crédible si vous bégayez, si vous manquez d'assurance ou si vous stressez. La confiance, le charisme et la détermination sont essentielles pour faire un bon discours. Ainsi, si le sujet s'y prête, vous pouvez inclure quelques touches d'humour pour détendre l'atmosphère et paraître sympathique.

Exemple de discours incluant l'ethos

Je n'ai plus de campagne électorale à mener. Mon seul but pour les deux prochaines années est le même que celui que j'ai depuis que j'ai prêté serment sur les marches de ce Capitole –faire ce qui est à mon sens le meilleur pour l'Amérique.[...] Je sais, parce que j'ai gagné mes deux élections.»

Barack Obama, discours en réponse aux Républicains du 20 janvier 2015