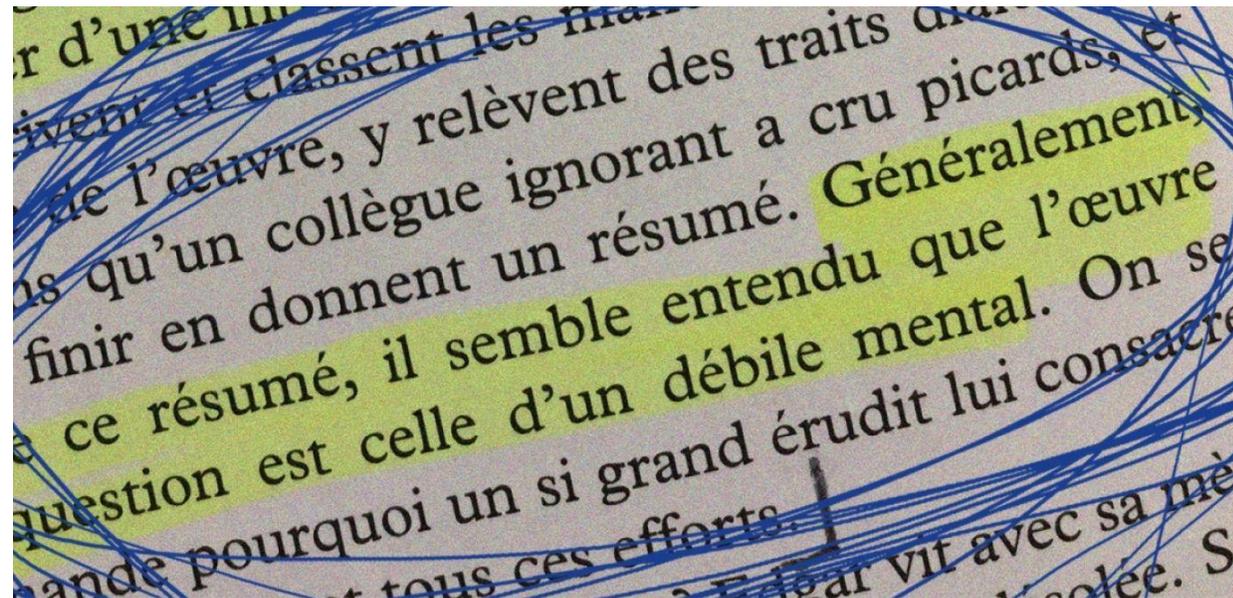


# Module « Communication et Expression : les Fondamentaux I »



# Cycle 2, semestre 1: « Les écrits professionnels: introduction à la note de synthèse (à voir l'an prochain) avec l'exercice du résumé »



Communication et Expression: les fondamentaux

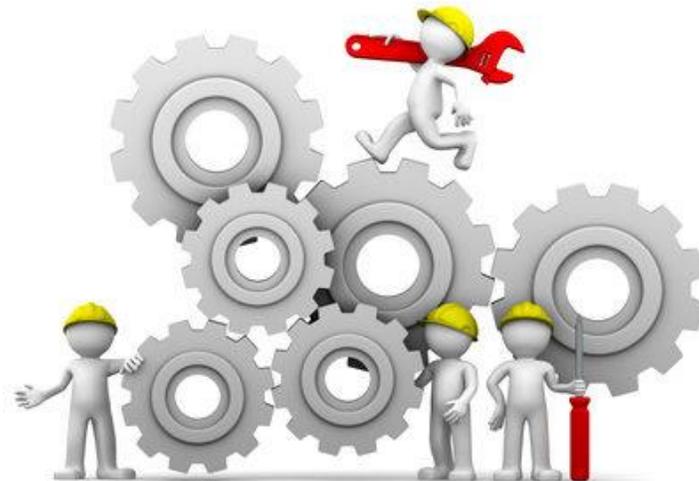
- **Dans la vie courante, nous avons de nombreuses occasions de faire un résumé** à quelqu'un. Quand nous parlons d'un livre ou d'un film que nous avons vu à un ami, quand nous devons résumer une réunion à laquelle un collaborateur n'a pas pu assister, etc.
- Le résumé de texte en français ou la contraction de texte est **une épreuve courante de certains examens** : préparation pour HEC, concours des grandes écoles, le DELF (diplôme d'études en langue française), etc.
- **Dans le cadre professionnel, parfois nous avons besoin d'intégrer et de rédiger une note de synthèse.** À travers un email professionnel ou une présentation PowerPoint, nous devons restituer une analyse ou le déroulement d'un événement. C'est souvent le cas pour un manager/ingénieur.
- **Quel que soit le résumé que vous devez faire, les règles sont les mêmes!!!**

# Qu'est-ce que le résumé d'un texte ou d'un événement ?

- Un résumé consiste simplement à **donner les informations essentielles** d'un texte, d'une présentation, d'une actualité... Elle permet à celui qui consulte cette synthèse de prendre connaissance des points principaux de façon **claire** et **concise**.
- **Il ne faut donc pas donner plus que les grandes lignes et entrer dans les détails.** Il n'est pas nécessaire d'être très descriptif. On peut aussi s'abstenir de parler des chiffres, des dates, des statistiques, ce genre d'éléments.
- **Un résumé utilise le moins de mots possible tout en restant compréhensible.** Le destinataire ne doit pas avoir besoin d'avoir vu l'événement ou d'avoir consulté le texte initial pour comprendre.
- Enfin, un résumé doit être **le plus fidèle possible**. Il ne doit pas déformer les faits ou les propos de l'auteur (pour un texte). On ne doit pas y ajouter nos idées.
- Un résumé n'est pas un plan: **un plan est un ensemble de titres et de sous-titres** qui indique les différentes parties d'une présentation. Un résumé est **un discours articulé ou un texte construit**.

# Méthodologie pour le résumé de texte

- La clé, c'est d'être **méthodique**
- Le résumé illustre vraiment votre **capacité de synthèse**.
- **Critère à ne pas négliger : la qualité de l'expression écrite. L'orthographe peut être rédhibitoire** pour un examen tout autant que dans la rédaction professionnelle.



# Étapes 1 et 2

- **Étape 1 : Faire une première lecture** sans aucun objectif. Vous prenez connaissance du texte. **Le comprendre dans sa globalité.**
- **Étape 2 : Faire une deuxième lecture** afin de **déterminer la structure du texte.**
- C'est à cette étape que **vous allez extraire les idées principales.** Vous pouvez les souligner pour les faire ressortir

# Étape 3 : découper le texte

On est confronté à **une uniformisation à peine supportable de la communication digitale**. Ce qui t'énerve d'ailleurs, ce n'est pas tellement qu'on te serve la même histoire.

Ce qui est agaçant, c'est qu'on ne te considère pas comme une personne. Pour les marques, tu es **un individu lambda**. On t'a envoyé le même email, la même pub, le même discours qu'à des centaines de milliers d'autres *prospects*.

Ce qui manque ici est très simple et très fondamental. Tout bêtement les éléments constitutifs d'un véritable message.

1/ Un message s'adresse à quelqu'un. Trop de marques ont encore des réflexes de communication de masse. Elle ne travaille pas assez le persona.

Qu'est-ce qu'un persona ? C'est une représentation fictionnel de ses clients ou de ses utilisateurs.

On bâtit son persona en récoltant des données (à travers des enquêtes, des interviews et des études). C'est-à-dire **en restant à l'écoute** de ceux qui utilisent le produit ou le service.

A quoi sert le persona ? A tout en fait, à commencer par l'élaboration d'une stratégie de contenu *personnalisée* qui s'adresse à une catégorie *précise* d'individus. Pas à tout le monde.

2/ Un message vient de quelqu'un ! Une marque, ce sont des gens. Des êtres qui vibrent, qui ont des valeurs, des envies et parfois des combats. Trop d'entreprises oublient que leur plus grande richesse n'est pas leur compte en banque mais leur ressources humaines.

- **Partagez le texte en fonction des idées clés de chaque partie.** Vous pouvez utiliser des couleurs afin de faire ressortir ce découpage
- **Ne confondez pas un exemple ou une illustration de l'idée directrice et l'idée directrice elle-même.** Rappelez-vous que vous ne devez pas entrer dans les détails.
- **Notez à côté de chaque partie l'idée directrice.**

# Étape 4 : Identifier les articulations du texte

- Cette étape permet de mettre en évidence la façon dont les idées s'enchaînent. Les articulations d'un texte sont visibles à travers **les connecteurs logiques**.
- Ils peuvent **mettre en évidence** par exemple :
  - une addition : de plus, puis, non seulement... mais encore...
  - une alternative : d'un côté... d'un autre côté, soit... soit
  - une conséquence : donc, ainsi, par conséquent, c'est pourquoi
  - une opposition : mais, cependant, pourtant
- **Conseil : identifiez ces connecteurs logiques et entourez-les.** Vous pouvez ensuite déterminer la nature de chaque partie

# Étape 5 : Phase de rédaction, deux maîtres mots: **STRUCTURE** et **REFORMULATION**

- **Un résumé comporte une partie ou une phrase qui donne le sujet et d'autres phrases ou parties qui donnent les informations principales autour de ce sujet.**
- **La première partie indique tout simplement le titre, de quoi il est question et l'auteur ou l'orateur.** Par exemple : « Ce texte, écrit par M. X, auteur d'un blog sur le Web marketing, parle de la communication digitale des entreprises en France ». Les parties suivantes donnent les idées maîtresses.
- Essayez autant que possible **de reprendre la même structure que le texte pour le résumé.** Gardez le même ordre et conservez les mêmes articulations logiques.
- **Vous devez reformuler!!!!** Ne faites pas un copié-collé de bouts du texte original. Et lors de la reformulation, essayez de **trouver des formules synthétiques pour gagner en brièveté.**

# Étape 6 : C'est à vous!!!! EXERCICES

