

ONLINE COMMUNICATIONS: THE SHAPE OF THINGS TO COME

COMMUNICATIONS EN LIGNE : LA FORME DES CHOSE À VENIR

BY DR. ADAM OLIVER BROWN, ASSISTANT PROFESSOR

to positively turn around again in the end wherein the protagonists get to “live happily ever after”.

This last Cinderella story shape is one that is often promoted as the model to adopt for short communications in podcasts and TED talks and it is also one that accommodates the scientific journeys quite well in many instances. Consider this (fictional and highly condensed) version of a science story that follows the Cinderella approach:

I began my study by setting up dozens of microbial cultures in the lab looking to assess adaptability to my chosen selection pressures (Establish the context and goals)

The results were going great and we were seeing strain diversification happening at remarkable rates, it was incredible! (Increase the positive emotional intensity)

We were just about to harvest for our final data point collection when...a summer student bumped into the incubator and all the samples crashed to the floor and broke (Gasp! Horror! Dramatic shift towards negative emotionality)

However, the next week we noticed that the plastic coating at the base of the table legs where the microbes had spilt had all but disappeared. It turns out that we had inadvertently discovered a strain of plastic-eating microbes by accident and now we have published our first paper in Nature! (Curious positive rebound with happy ending)

Yes, it is true that circumstances have forced us to reluctantly go through a transition to online communication but that does not mean that we should feel condemned to giving and receiving deathly boring scientific communications as a consequence. With careful consideration of the crafting of your story and with a delivery that uses all the tried and tested tactics of oratorical strategies, you can give a presentation online that will captivate, excite and inform your audience like never before.

Il existe de nombreux défis afin de faire une présentation scientifique efficace dans le meilleur des cas, et de nombreux autres obstacles ont été rajoutés à ces défis en raison de la transition vers les communications en ligne pendant la pandémie. Beaucoup d'entre nous ont déjà fait l'expérience des inconvénients de regarder une conférence en ligne qui souffre d'un discours dé-

sincarné ou terne, et nous savons tous combien cela peut être pénible à vivre en tant que spectateur. Ainsi, nous devons tous être conscients qu'une présentation en ligne mal planifiée peut faire plus de mal que de bien pour susciter l'enthousiasme de notre public. Il existe cependant de nombreuses façons dont nous pouvons proposer des communications scientifiques convaincantes et attrayantes dans la sphère en ligne, sans que nos messages scientifiques soient altérés par ces détracteurs négatifs.

La plupart des formations en communication scientifique que reçoivent les étudiants en sciences à l'université sont largement axées sur le contenu uniquement et passe souvent à côté du développement des compétences dans la dynamique de la communication interpersonnelle ou évitent carrément de l'enseigner. Cependant, nous savons que les êtres humains adorent les histoires et qu'un élément important de la narration d'une histoire réside dans la dimension de la transmission humaine de cette histoire, bien plus que dans les détails de son contenu. Des exemples de tactique employée par les maîtres conteurs pour rajouter la composante humaine essentielle au récit comprennent l'utilisation du langage corporel et du contact visuel pour susciter l'intérêt de l'auditoire, ainsi que la variation du rythme, de l'intonation et de l'intensité pour exciter et enthousiasmer les auditeurs, parmi autres stratégies. Ces aspects sont malheureusement rarement utilisés par les scientifiques en temps (non-pandémique) normal et sont parmi les premiers éléments de communication à être sacrifiés dans le processus de mise en ligne. Un effort particulier est donc nécessaire pour apprendre, développer, pratiquer et utiliser ces stratégies lors des présentations en personne et, dans une plus large mesure encore, lors des communications en ligne.

Une autre stratégie narrative importante pour une communication efficace réside dans le choix de la forme de l'histoire que vous choisissez de raconter. En tant que scientifiques, nous connaissons bien la forme traditionnelle de nos histoires, à savoir une présentation de l'information en forme de pyramide inversée qui commence par des généralités et se canalise lentement vers les détails de nos résultats. Je parle du format introduction, méthodes/résultats et discussion que nous avons utilisé pour pratiquement toutes communications scientifiques de notre propre histoire universitaire, des rapports de laboratoire aux affiches, en passant par les exposés de séminaire et les manuscrits. Cependant, cette structure de

communication ne se traduit pas bien à l'approche narrative, et vous voudrez peut-être donc envisager de changer la 'forme' de votre histoire.

Le concept des « formes des histoires » a été élaboré pour la première fois par le célèbre auteur américain Kurt Vonnegut (Abattoir 5) dans le cadre de sa thèse de maîtrise en anthropologie. Son idée était que l'on peut tracer les hauts et les bas (ou l'intensité émotionnelle positive et négative) de la trajectoire de l'arc de l'histoire au fil du temps et que des patrons distincts émergent. Il y aurait six à huit formes principales d'histoires, dont celles qui vont du mauvais au pire, comme dans « La Quatrième Dimension », ou du bon au meilleur, comme celles que l'on trouve dans la plupart des histoires de la Création (voir figure 1). Dans d'autres cas, le caractère émotionnel peut être si ambigu que le spectateur/lecteur ne sait pas si les événements qui se produisent sont bons ou mauvais (par exemple, « The Sopranos »). L'une des formes d'histoire les plus populaires et les plus efficaces, qui s'est avérée captiver et engager ses lecteurs/spectateurs à maintes reprises, est la forme Cendrillon, qui implique une longue et dramatique montée en émotion positive suivie d'un brusque effondrement négatif dû à des défis et des embûches imprévues, pour se retourner positivement à la fin et permettre aux protagonistes de « vivre heureux pour toujours ».

Cette dernière forme d'histoire de Cendrillon est celle qui est souvent présentée comme le modèle à suivre pour les communications courtes dans les podcasts et les TED talks et c'est aussi celle qui s'adapte assez bien aux parcours scientifiques dans de nombreux cas. Considérons cette version (fictive et très condensée) d'une histoire scientifique qui suit l'approche de Cendrillon :

J'ai commencé mon étude en installant des dizaines de cultures microbiennes dans le laboratoire afin d'évaluer l'adaptabilité aux pressions de sélection que j'avais choisies (Établir le contexte et les objectifs)

Les résultats étaient excellents et nous observions la diversification des souches à un rythme remarquable, c'était incroyable ! (Augmenter l'intensité émotionnelle positive)

Nous étions sur le point de récolter nos derniers points de données quand... un étudiant d'été a heurté l'incubateur et tous les échantillons se sont écrasés sur le sol et se sont brisés (Souffle ! Horreur ! Changement dramatique vers l'émotivité négative)

Cependant, la semaine suivante, nous avons remarqué que le revêtement en plastique à la base des pieds de la table où les microbes s'étaient répandus avait pratiquement disparu. Il s'avère que nous avons découvert une souche de microbes mangeurs de plastique par accident et nous avons maintenant publié notre premier article dans Nature ! (Curieux rebondissement positif avec une fin heureuse)

Oui, il est vrai que les circonstances nous ont obligés, à contrecœur, d'entamer une transition vers la communication en ligne, mais cela ne signifie pas que nous devons, par conséquent, nous sentir condamnés à donner et à recevoir des communications scientifiques mortellement ennuyeuses. En réfléchissant soigneusement à l'élaboration de votre histoire et en utilisant toutes les tactiques éprouvées des stratégies oratoires, vous pouvez faire une présentation en ligne qui va captiver, exciter et informer votre public comme jamais auparavant.

From Bad to Worse



Creation Story



Which Way Is Up?



Cinderella



Figure 1: The shapes of stories

Figure 1 : Les formes des histoires