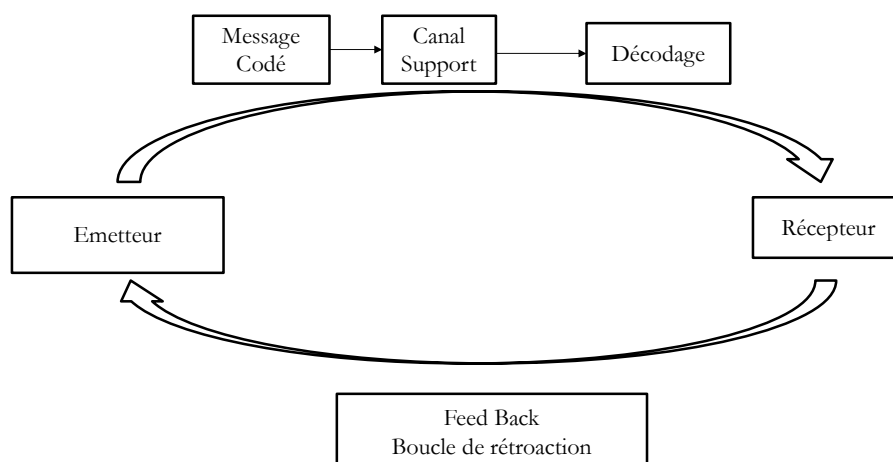


# LA COMMUNICATION

## Chapitre 1 : les bases

1

### LE PROCESSUS DE COMMUNICATION



2

« Pour que des paquets de données puissent se rendre d'un ordinateur source à un ordinateur de destination sur un réseau, il est important que toutes les unités de réseau communiquent dans la même langue ou protocole. Un protocole consiste en un ensemble de règles qui augmentent l'efficacité des communications au sein d'un réseau. »

N° de couche	Résumés	Explications
7	Des processus réseau aux applications	- service réseau fournies aux processus d'application (courrier électronique, transfert de fichier ... )
6	Représentation des données	- lisibilité des données pour le système de destination - format des données - structures des données - négociation de la syntaxe de transfert des données pour la couche d'application
5	Communication entre les hôtes	- établissement, gestion et fermeture des sessions entre applications
4	Connexions de bout en bout	- transport des données entre les hôtes - fiabilité du transport des données - établissement, maintien et fermeture des circuits virtuels - détection des pannes et reprise - contrôle du flux d'informations
3	Adressage et sélection du meilleur chemin	- connectivité et sélection du chemin entre deux systèmes d'extrémité - domaine routage
2	Accès au média	
1	Transmissions binaire	- fils, connecteurs, tensions, débits

3

## ELEMENTS DE LA COMMUNICATION INTERPERSONNELLE

La communication interpersonnelle se compose de...

la communication verbale  
(le langage, les données)

- ✓ Vulgaire
- ✓ Argotique
- ✓ Familier
- ✓ Courant
- ✓ Soutenu

La communication non verbale  
(le paralangage, les métadonnées)

- ✓ Attitudes du corps, signes ou gestes (visage, mains, torse, bras, jambes)
- ✓ Apparence physique (habillement, maquillage)
- ✓ Mimiques
- ✓ Expression émotionnelle
- ✓ Intensité de la voix

4

## SIGNES NON VERBAUX DE 7 CATEGORIES COMPORTEMENTALES

Catégories comportementales	Signes non verbaux
Doute, indécision, appréhension	Dos voûté, regard oblique, pas de contact visuel, lèvres crispées, sourcils froncés, doigts ou objets à la bouche, poings serrés, se tord les doigts.
Désintérêt, ennui	Regards absent, ne vous regarde pas, soupire, touche ou range des objets, arrange ses vêtements.
Désaccord, colère	Corps en retrait, tendu, mouvement de la tête de droite à gauche, visage coloré, sourcils froncés, bras et jambes croisés.
Supériorité, domination	Corps légèrement penché en arrière ou très incliné sur le bureau, regard perçant, sourcils levés, petits sourires en coin, doigts joints, doigts croisés.
Confiance, franchise	Assis en avant sur la chaise, un peu incliné en avant, mouvements du corps d'avant en arrière, regarde son interlocuteur en face, contact visuel permanent, sourire, yeux légèrement plissés, mouvements naturels des bras.
Suspicion, malhonnêteté	Le corps est détourné de son vis-à-vis, regard oblique par-dessus des lunettes, regard par en dessous, sourire narquois, bras croisés, se tire l'oreille.
Evaluation	Hoche la tête de haut en bas, cligne légèrement les yeux, regarde bien son interlocuteur, hausse les sourcils, la tête un peu penchée en arrière.

5

## Selon A. Mehrabian, le sens d'une conversation repose à ...

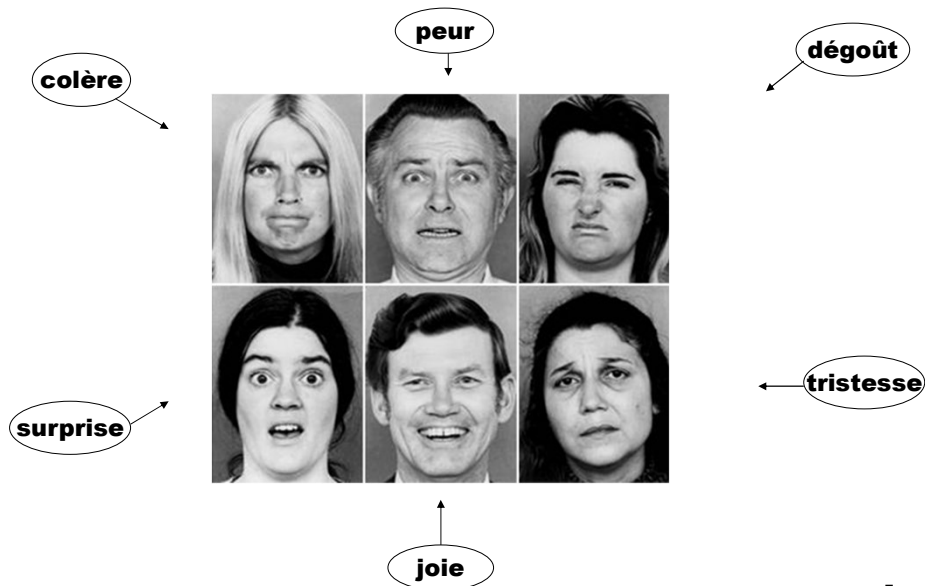
7 % sur les mots

38 % sur l'élocution (rythme et ton de la voix)

55 % sur les expressions visuelles (expressions du visage, gestuelle du corps)

6

## Les 6 émotions universelles selon P. Ekman ...



7

## LES FREINS A LA COMMUNICATION

### Obstacles liés aux personnes

- l'émetteur emploie un vocabulaire qui n'est pas adapté au récepteur
- le récepteur manque d'écoute ou d'attention
- l'émetteur ou le récepteur éprouvent des sentiments qui peuvent nuire à la compréhension du message (influence du comportement non verbal inconscient)
- l'émetteur ou le récepteur sont influencés par le contexte relationnel et modifient leur comportement en conséquence.

### Obstacles liés au contexte environnemental

- il y a des bruits perturbants (musique, sonneries, conversations, ...)
- il y a des intervenants extérieurs qui interfèrent (clients, collègues, ...)
- il y a des supports de communication (ordinateur, TV, messages écrits, ...) qui attirent l'attention mais qui ne font pas partie du message initial
- les supports de communication utilisés fonctionnent mal.

8

### **Pour favoriser la communication interpersonnelle**

#### **L'émetteur**

- doit adapter son langage à celui de son interlocuteur
- doit s'assurer par un questionnement et une reformulation la bonne compréhension du récepteur
- doit avoir conscience de l'influence de son comportement non verbal

#### **Le lieu**

- doit être adapté afin que les obstacles liés à l'environnement soient les plus réduits possibles

#### **Le récepteur**

- doit faire preuve d'attention et poser des questions si besoin
- doit reformuler le message pour s'assurer de sa bonne compréhension auprès de l'émetteur.

9

## **QUELQUES CONCEPTS DE LA PSYCHOLOGIE SOCIALE**

10

## Définition

- Cazals-Ferré, Rossi (1998) :

- « *La psychologie sociale se centre sur l'étude de l'homme en tant qu'être social. Plus précisément, elle tente non seulement d'appréhender les phénomènes d'emprises réciproques qui unissent un individu ou un groupe à la société, mais elle étudie aussi les relations interpersonnelles qui se tissent entre l'individu et les groupes ou au sein des groupes entre eux, dans un contexte social déterminé.* »

11

## Quelques Concepts de la Psychologie sociale

- Valeurs
- Les Attitudes
- Le Rôle
- Normes
- Statut social

12

## Les Valeurs

- Muchielli (1994) :
  - La valeur sociale est un principe de référence partagé par un ensemble d'individus.
  - Elle se trouve à la source d'une conduite reconnue idéale et estimable par le groupe, elle guide le comportement des individus qui appartiennent à ce groupe.
- Les valeurs des personnes fondent les attitudes.

13

## Attitudes

- Ce concept ancien présente, au moins, trois dimensions :
  - Une dimension intégrative (psysoc) :
    - L'attitude est considérée comme une réponse d'un organisme à un stimulus, comme une préparation à l'action.
  - Une dimension directionnelle (psysoc) :
    - L'attitude est le support intentionnel d'une action. C'est elle qui est à l'origine de cette dernière.
  - Une dimension sociale (socio US)
    - « valeurs-attitudes » orientant nos actions.

14

## Attitude Définitions

- Stoetzel : « L'attitude désigne en psychologie sociale la manière dont une personne se situe par rapport à des objets de valeurs. »
- Maisonneuve : « L'attitude consiste en une position (plus ou moins cristallisée) d'un agent (individuel ou collectif) envers un objet (personne, groupe, situation, valeur) ; elle s'exprime plus ou moins ouvertement à travers divers symptômes ou indicateurs (paroles, ton, gestes, actes, choix, non choix) ; elle exerce une fonction cognitive, énergétique et régulatrice sur les conduites qu'elle sous-tend. »

15

## Attitude : caractéristiques principales

- Les attitudes sont acquises.
  - Elles sont le résultat des expériences des individus.
- Les attitudes sont susceptibles de changement.
  - Elles peuvent complètement changer.
- L'attitude est le reflet de la représentation, pour une personne, d'un objet social donné.
- L'attitude se situe sur un continuum allant d'une position très favorable à une position très défavorable. Elle est de nature affective.

16



## Attitudes : fonctions

- Les attitudes ont une fonction cognitive, tonique et régulatrice.
  - Ex: nous ne percevons pas le monde extérieur « par hasard ».

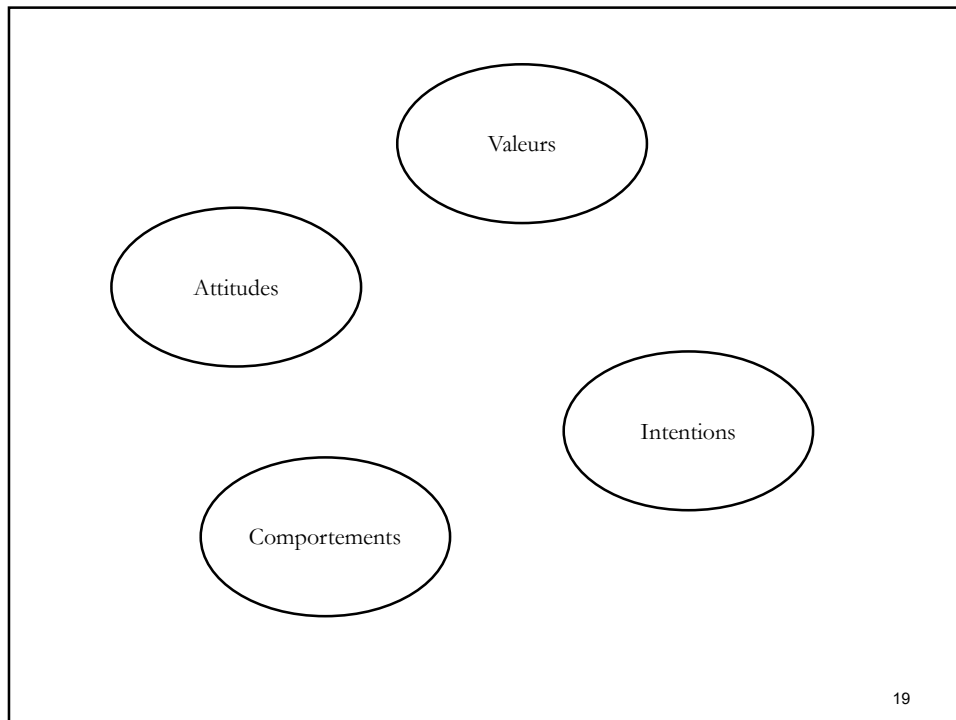
Ex : Bruner et Goodman (1947) ont montré que, lorsqu'on demande à des sujets d'estimer la taille de pièces de monnaie elles apparaissent d'autant plus grandes en taille que leurs valeurs faciales sont plus fortes. Cette surestimation est fonction des revenus.

17

## Attitudes et Comportement

- Le comportement désigne un ensemble d'activités observables et potentiellement mesurables.
- Existe-t-il une relation claire entre nos attitudes et nos comportements ?
- Les gens ont par exemple tendance à voter pour les candidats envers lesquels ils ont des attitudes positives.
- Entre le comportement et l'attitude se situe l'intention.

18



# **L'INFLUENCE ET LA PERSUASION**

20

## Influencer et persuader...

- Influencer et persuader ne s'impose que lorsqu'on constate un écart entre les attitudes et les conséquences de ces attitudes entre deux personnes.
- Quatre situations peuvent justifier l'usage de l'influence :
  - Renforcer un accord
  - Inciter à
  - Rapprocher les points de vue
  - Modifier les attitudes

21

## La persuasion, 4 situations

RENFORCER	INCITER
MODIFIER	RAPPROCHER

Provoquer /Entraîner

22

## Renforcer un accord..

- Les deux parties sont globalement en accord
- On ne cherche pas à modifier l'attitude.
- On cherche
  - A amplifier l'attitude
  - A faire plus
  - A obtenir mieux
  - A consolider l'accord
  - A élargir l'accord
- La force de persuasion cherche à entraîner.

23

## Inciter à...

- L'interlocuteur, ignore ou est indifférent à quelque chose.
- On ne cherche pas à modifier l'attitude
- On cherche (dans l'ordre)
  - A éveiller l'attention
  - Amener une décision ou une intention
  - Déclencher un comportement.
- On parlera souvent de sensibilisation.
- La force de persuasion cherche à entraîner.

24

## Rapprocher des points de vue...

- Il s'agit de réduire un écart dû à des réticences ou des résistances
- On cherche à modifier l'attitude, mais pas à la changer
  - Lever des barrières
  - Apaiser des divergences
  - Passer d'intentions à des comportements
  - Discuter des modalités
- Le moyen privilégié est alors la méthode progressive d'argumentation. Dans le but d'assouplir les résistances tout en faisant des concessions
- La force de persuasion cherche à provoquer (action).

25

## Changer les attitudes...

- Dans ce cas, difficile, il s'agit de changer une attitude.
- Il s'agit donc de modifier « l'idée de ce que l'interlocuteur se fait de quelque chose ».
- Dans le but d'influer sur ses intentions et ses comportements.
- La force de persuasion cherche à provoquer.

26

**LES MOYENS DE  
L'INFLUENCE ET DE LA  
PERSUASION**

27

**« SI VOUS M'AVEZ COMPRIS,  
C'EST SANS DOUTE QUE JE  
ME SUIS MAL EXPRIMÉ ! »**

*ATTRIBUTED TO GREENSPAN BY RUPERT CORNWELL*

28

## Les ressources persuasives (Bellanger)

<b>Bien Dire et Dire Juste</b> Preuves, argumentation et raisonnement	<b>Mécanismes D'influence</b> Habilité, séduction, ruse , manipulation
<b>Faits de langage et interactions</b> Les mots, les gestes, les échanges et les rites	<b>Ascendant personnel</b> Crédibilité, notoriété, relation, conviction, consistance

29

## 5 registres majeurs (Bellenger)

- Les processus de changement d'attitude étudiées par la psychologie sociale
- L'approche linguistique et plus particulièrement la pragmatique qui recherche tout ce que le langage recèle de ressources pour agir à l'insu du public ou de l'autre
- L'étude des dimensions non verbales de la communication (gestes, ton, mimique, placement...)
- Le décodage des stratagèmes de mise en scène (vidéoconférence...)
- La rhétorique. Elle recouvre l'argumentation, la logique du discours, la démonstration, globalement la raison

30

## La Rhétorique

- Elle concerne tant la maîtrise de la parole que l'art de penser et de discuter.
- Démontrer est l'un des trois devoirs de l'orateur selon Cicéron à côté de plaire et émouvoir.
- Trois preuves essentielles chez Aristote
  - Les preuves éthiques liées au caractère de l'orateur
  - Les preuves pathétiques, en rapport avec les passions de l'auditoire
  - Les preuves logiques par l'usage d'éléments rationnels et objectifs construits par le discours.

31

## Voie du Rationnel : La déduction

- Le ressort de la déduction consiste « à passer de ce qui est admis à ce que l'on veut admettre » (C. Perelman).
- Elle utilise le syllogisme qui va du général au particulier.
  - La proposition majeure énonce la règle
  - La proposition mineure énonce le cas particulier
  - La conclusion énonce le résultat.

32



## Exemple de Syllogisme

1. Les systèmes de certification vont devenir nécessaires pour les entreprises qui veulent lutter au plan international
2. Or, nous restons attachés à maintenir notre réputation et nos affaires à l'étranger
3. Donc nous augmenterons nos chances de réussite en allant travailler au-delà des frontières, dans la mesure où on aura réussi à obtenir la certification de nos services.

33

## Voie du rationnel : la logique souple

- On parle d'arguments quasi logiques. Elle repose souvent sur la transitivité. Les connexions sont plus lâches que le syllogisme.
- Ex : Churchill
  - « Les ennemis de mes ennemis sont mes amis »

34

## Voie du rationnel : l'enthymème

- On appelle enthymème, une déduction rigoureuse mais qui s'applique sur

- Une prémisses implicite (donc non exprimée)
  - Une prémisses seulement probable.

- Exemples :

« Cette réforme est de droite puisqu'elle a été prise par un gouvernement de droite. »

Dans cet exemple on a omis la prémisses : « un gouvernement de droite ne vote que des réformes de droite. »

35

## Voie du rationnel : le sorite

- Il s'agit du montage d'enchaînements déductifs emboîtés.

- On prend une prémisses anodine facilement acceptée, la deuxième proposition doit expliquer l'attribut de la première, la troisième l'attribut de la seconde... jusqu'au prédicat final.

- Exemple :

Le niveau des indemnités offertes lors d'une perte d'emploi est jugé élevé par les économistes.

Les chômeurs indemnisés sont peu incités à rechercher rapidement du travail, de ce fait

Donc, il faut revoir l'indemnisation du chômage.

36

### **Voie du rationnel : Le syllogisme disjonctif**

- Ce procédé est brutal car il procède par exclusion et contradiction.
  - Produire une prémisse qui comporte une disjonction entre deux propositions
  - Proposer une seconde prémisse qui affirme ou nie l'une des deux propositions
  - Aboutir à une conclusion qui nie ou déforme la vérité de l'autre.

37

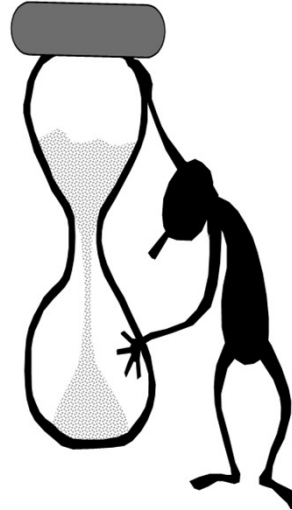
### **Exemple : syllogisme disjonctif**

« Ceux qui proposent la diminution du temps de travail sans baisser les salaires pour résorber le chômage sont irréalistes et ignorants ou démagogues.

Or ils ne sont ni irréalistes ou ignorants donc ils sont démagogues. »

38

Merci de votre  
attention ...



39