

UNIVERSITE DE CARTHAGE

INSTITUT NATIONAL DU TRAVAIL ET DES ETUDES SOCIALES

Département des Etudes Sociales

SYLLABUS DE COURS

Intitulé du Cours :	Psychologie de la communication
Enseignant :	Moez Ben Hmida
Coordinateur :	
Groupes cibles :	Deuxième année Master de recherche en service social

**Objectif général :**

Sensibiliser à l'importance et à la complexité de la communication dans la relation intra personnelle et interpersonnelle

Donner l'opportunité de situer les différents types de communications ainsi que la pluralité des niveaux potentiellement impliqués.

Accroître la capacité de contextualiser les contenus et relations dans leurs perspectives respectives et, ce faisant, rendre plus apte à intervenir adéquatement

**Objectifs particuliers :**

Exemple : à la fin du cours l'étudiant sera capable de :

1. Savoir les limites des concepts et des théories de l'information et de la communication
2. Faire la différence entre différents types de communication (verbale, non verbale, exclusive, inclusive) et divers niveaux de communication: niveaux contenu, relationnel et contextuel
3. Analyser les principales théories psychologiques à la compréhension de la communication
4. Comprendre la psychologie de la communication dans les groupes dans une approche expérimentale.

**Modalités d'examen et d'évaluation :**

Exemple :

1. Examen Final
2. Examen de contrôle

3. Présence
4. Participation
5. Travail à domicile,
6. Etc.

#### Plan du Cours :

##### **Introduction générale :**

1. La communication dans le champ de la psychologie sociale
  - a. Définition de la communication
  - b. Schéma de la communication
  - c. Les espaces de communication
2. Définition de la psychologie de la communication
  - a. Définition de la psychologie
  - b. Définition de la psychologie de la communication
  - c. Champs d'intervention de la psychologie de la communication

##### **Chapitre I : Facteurs généraux de la communication**

1. La communication comme situation technique
2. L'analyse psychosociologique de la communication
  - a. Le rôle des acteurs de la communication
  - b. Les facteurs influençant le code et le canal
  - c. Les facteurs de contexte et d'environnement
3. Communication bilatérale et feed back

##### **Chapitre II : Attitudes et communication interindividuelle. L'approche non directive**

1. La notion d'attitude
2. La fonction des attitudes
3. Typologie des attitudes
  - a. L'attitude d'interprétation
  - b. L'attitude d'évaluation
  - c. L'attitude d'aide ou de conseil
  - d. L'attitude de questionnement
  - e. L'attitude de compréhension
4. La situation optimale de la communication
5. L'orientation non directive
  - a. L'acceptation inconditionnelle de l'autre
  - b. La neutralité bienveillante
  - c. L'authenticité
  - d. L'empathie

##### **Chapitre III : La dimension non verbale de la communication**

1. Les fonctions de la communication non verbale
2. Spécificités du langage non verbal
3. Le rôle du visage et des mimiques
4. Les postures et les gestes dans la communication

5. Rôle de l'espace et des distances

#### **Chapitre IV : Les modèles et théories de communication**

1. Modèle de Shannon et Weaver
2. Modèle de Harold Lasswell
3. Modèle de RILEY & RILEY
4. Les travaux de Wiener sur la cybernétique
5. L'apport de Jakobson
6. L'analyse transactionnelle
7. La Programmation neuro linguistique

#### **Chapitre V : La communication dans les groupes**

1. Le courant dynamique : Apport de Kurt Lewin
2. Le courant interactionniste
3. Le courant psychanalytique
4. Recherche sur les phénomènes de groupe
5. Styles de leaders et processus de groupe
6. Techniques de groupe
  - a. Le groupe de diagnostic
  - b. Situations centrées sur la tâche
  - c. Principes et techniques de la créativité du groupe
7. Observation et recueil des processus de groupe
  - a. La grille d'observation de Bales
  - b. La sociométrie

#### **Chapitre VI : Approches expérimentales des phénomènes de groupe**

1. Communication et influence sociale
2. Information et création des normes
3. Le conformisme en groupe
4. Soumission au groupe et à l'autorité
5. Le rôle des minorités

#### **Conclusion :**

La communication persuasive, un processus de traitement de l'information en intervention sociale

#### **Bibliographie :**

Abric, J-Cl. (1999). Psychologie de la communication. Paris, Ed. Armand Colin.  
Agee, W.K.; Ault, P.H. & Emery, E. (1989). Introduction aux communications de masse. Bruxelles, Ed. De Boeck,  
Amado, G. et Guittet, A; (1997). Dynamique des communications dans les groupes. Paris, Ed. Armand Colin.

Beaudichon, J. (1999). La communication : Processus, formes et applications. Paris, Ed. Armand Colin.

Bomberg, M. et Trognon, A. (2004). Psychologie sociale et communication. Paris, Ed. Dunod.

Cabin, Ph. (Coord.) (1998). La communication - Etat des savoirs. Auxerre, Ed. Sciences humaines.

DeVito, J. & Tremblay, R. (1993). Les fondements de la communication humaine. Montréal, Gaëtan Morin.

Dolan, S., Lamoureux, G. et Gosselin, E. (1996). Psychologie du travail et des organisations. Montréal, Gaëtan Morin.

Durandin, G. (1993). L'information, la désinformation et la réalité. Paris, P.U.F.

Ghiglione, R. et Richard, J-F. (Eds) (1993 - 1995). Cours de psychologie. Tome 1 : Origines et Bases. Tome 3 : Champs et Théories. Tome 5 : Structures et Activités. Paris, Ed. Dunod.

Hall, E. T. (1971). La dimension cachée. Ed. Seuil.

Harris, R. J. (1994). A cognitive Psychology of Mass Communication. Lawrence Erlbaum Assoc., New Jersey.

Kapferer, J-L. (1984). Les chemins de la persuasion. Paris, Dunod.

Kapferer, J-L. (1987). Rumeurs - Le plus vieux média du monde. Ed. Seuil, Paris.

Libaert, T. (1996). La communication de proximité. Editions Liaisons.

Lohisse, J. (2001). La communication : de la transmission à la relation. Bruxelles, De Boeck Université

Mattelart, A. et Mattelart, M. (1995). Histoire des théories de la communication. Ed. La Découverte, Paris.

Meunier, J-P. et Peraya, D. (1993). Introduction aux théories de la communication. Ed. De Boeck Université, Bruxelles.

Mucchielli, A. (1995a). Les sciences de l'information et de la communication. Hachette, Paris.

Mucchielli, A. (1995b). Psychologie de la communication. P.U.F. , Paris.

Mucchielli, A. (2001). Les sciences de l'information et de la communication. Paris, Hachette, 3ème édition

Myers, G. & Myers, M. (1990). Les bases de la communication humaine. Ed. Chenelière / McGraw-Hill, Montréal.

Touati, Cl-R. & Touati, L.-G. (1995). La communication essentielle : manuel de relations interpersonnelles. Scribe communication, Clapiers, France.

Westphalen, M-H. (1998). Communicator. Le guide de la communication d'entreprise. Ed. Dunod, Paris.

Winkin, Y. (1996). Anthropologie de la communication. Ed. De Boeck Université, Bruxelles.

Winkin, Y. (1981). La nouvelle communication. Ed. Seuil, Paris.

Yzerbit, V. et Corneille, O. (1994). La persuasion. Lausanne, Delachaux et Niestlé