

APPLICATIONS CHAP 5

PHENOMENES RELATIONNELS

L'influence des acteurs:

L'expérimentation montrée dans ce film reprend les travaux de Robert-Vincent Joule en 2002 professeur de psychologie sociale à l'Université d'Aix-en-Provence.

Résumé : Un complice de l'expérimentateur, dans une rue tranquille, perd un billet de 10 euros, au moment où il croise un passant qui se trouve là par hasard. Comment va réagir ce passant ?

http://www.canal-u.tv/video/les_amphis_de_france_5/les_effets_d_une_procedure_d_engagement.3077

ANALYSE DES 3 SITUATIONS

SITUATION 1 CONTEXTE / ACTEURS / RELATION FORMELLE OU INFORMELLE STRATEGIE D'INFLUENCE RESULTAT	SITUATION 2 CONTEXTE / ACTEURS / RELATION FORMELLE OU INFORMELLE FACTEURS D'INFLUENCE RESULTAT	SITUATION 3 CONTEXTE / ACTEURS / RELATION FORMELLE OU INFORMELLE FACTEURS D'INFLUENCE RESULTAT
<p>LA SCENE SE DEROULE DANS UNE RUE EN CENTRE VILLE DANS LA JOURNEE</p> <p>ON EST EN PRESENCE DE 3 ACTEURS : 2 PASSANTS (M DUPONT & M X) ET UNE DAME QUI PROMENE SON CHIEN (MME LALASSE)</p> <p>IL S'AGIT D'UNE RELATION INFORMELLE</p> <p>LA STRATEGIE D'INFLUENCE MIS EN ŒUVRE ICI EST LE SENTIMENT D'APPARTENANCE (ICI LA SOCIETE A LAQUELLE ON APPARTIENT INCARNEE PAR LA DAME AVEC SON CHIEN ET AVEC QUI ON EST SENSE PARTAGER UNE VALEUR COMMUNE L'HONNETE)</p> <p>100% DES PASSANTS REDONNENT LE BILLET PERDU A SON PROPRIETAIRE</p>	<p>30% DES PASSANTS REDONNENT LE BILLET PERDU A SON PROPRIETAIRE</p>	<p>LA STRATEGIE D'INFLUENCE MIS EN ŒUVRE ICI L'APPEL A L'EMOTION A L'AFFECTIF J'AI EU LA CHANCE DE VOUS RENCONTRER VOUS ETES VRAIEMENT QUELQU'UN DE BIEN</p> <p>69% DES PASSANTS REDONNENT LE BILLET PERDU A SON PROPRIETAIRE</p>

Conclusion :

Expérience de Asch - Le pouvoir du conformisme

Description de l'expérience

Solomon Asch invita un groupe d'étudiants (**entre 7 et 9**) de 17 à 25 ans à participer à un prétendu test de vision auquel avaient auparavant été soumis des sujets témoins qui n'eurent aucun mal à donner toujours la bonne réponse. **Tous les participants étaient complices avec l'expérimentateur, sauf un.** L'expérience avait pour objet d'observer comment cet étudiant (le sujet « naïf ») allait réagir au comportement des autres.

Illustration de l'expérience :

http://www.youtube.com/watch?v=7AyM2PH3_Qk

Pourquoi qualifie t on le sujet de naïf ?

Pourquoi peut on dire que l'individu naïf subit le conformisme ?

Quels sont les facteurs qui accentuent ou réduisent le conformisme ?

Pourquoi les individus se rallient ils en général à l'avis de la majorité ?

A votre avis quel est l'impact du conformisme sur le fonctionnement des organisations ?

Influence de Minorité

<http://www.youtube.com/watch?v=7IRLY0XLvpw>

Que permettent les minorités actives ?

Expérience de Milgram - Le degré d'obéissance

L'expérience de Milgram est une expérience de psychologie réalisée entre 1960 et 1963 par le psychologue américain Stanley Milgram. Cette expérience cherchait à évaluer le degré d'obéissance d'un individu devant une autorité qu'il juge légitime et à analyser le processus de soumission à l'autorité, notamment quand elle induit des actions qui posent des problèmes de conscience au sujet.

Public Announcement

WE WILL PAY YOU \$4.00 FOR ONE HOUR OF YOUR TIME

Persons Needed for a Study of Memory

*We will pay five hundred New Haven men to help us complete a scientific study of memory and learning. The study is being done at Yale University.
 *Each person who participates will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) for approximately 1 hour's time. We need you for only one hour: there are no further obligations. You may choose the time you would like to come (evenings, weekdays, or weekends).

*No special training, education, or experience is needed. We want:

Factory workers	Businessmen	Construction workers
City employees	Clerks	Salespeople
Laborers	Professional people	White-collar workers
Barbers	Telephone workers	Others

All persons must be between the ages of 20 and 50. High school and college students cannot be used.
 *If you meet these qualifications, fill out the coupon below and mail it now to Professor Stanley Milgram, Department of Psychology, Yale University, New Haven. You will be notified later of the specific time and place of the study. We reserve the right to decline any application.
 *You will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) as soon as you arrive at the laboratory.

TO:
 PROF. STANLEY MILGRAM, DEPARTMENT OF PSYCHOLOGY,
 YALE UNIVERSITY, NEW HAVEN, CONN. I want to take part in
 this study of memory and learning. I am between the ages of 20 and
 50. I will be paid \$4.00 (plus 50c carfare) if I participate.

NAME (Please Print)

ADDRESS

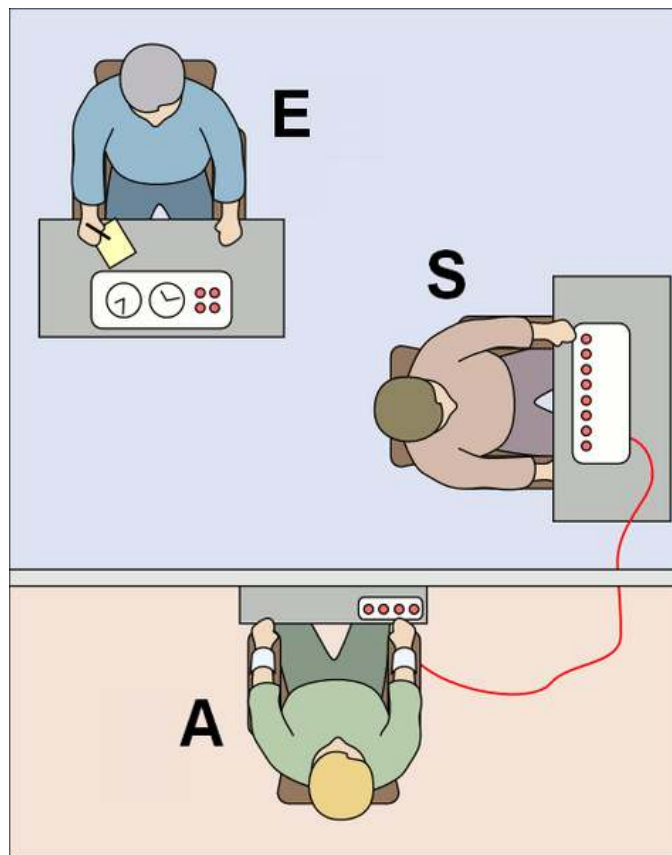
TELEPHONE NO. Best time to call you

AGE OCCUPATION SEX

CAN YOU COME:

WEEKDAYS EVENINGS WEEKENDS

L'université Yale à New Haven faisait paraître des annonces dans un journal local pour recruter les sujets d'une expérience sur l'apprentissage. La participation devait durer une heure et était rémunérée 4, plus 0,5 \$ pour les frais de déplacement, L'expérience était présentée comme l'étude scientifique de l'efficacité de la punition, ici par des décharges électriques, sur la mémorisation



L'expérimentateur (E) amène le sujet (S) à infliger des chocs électriques à un autre participant, l'apprenant (A),

Un film qui illustre cette expérience | COMME ICARE

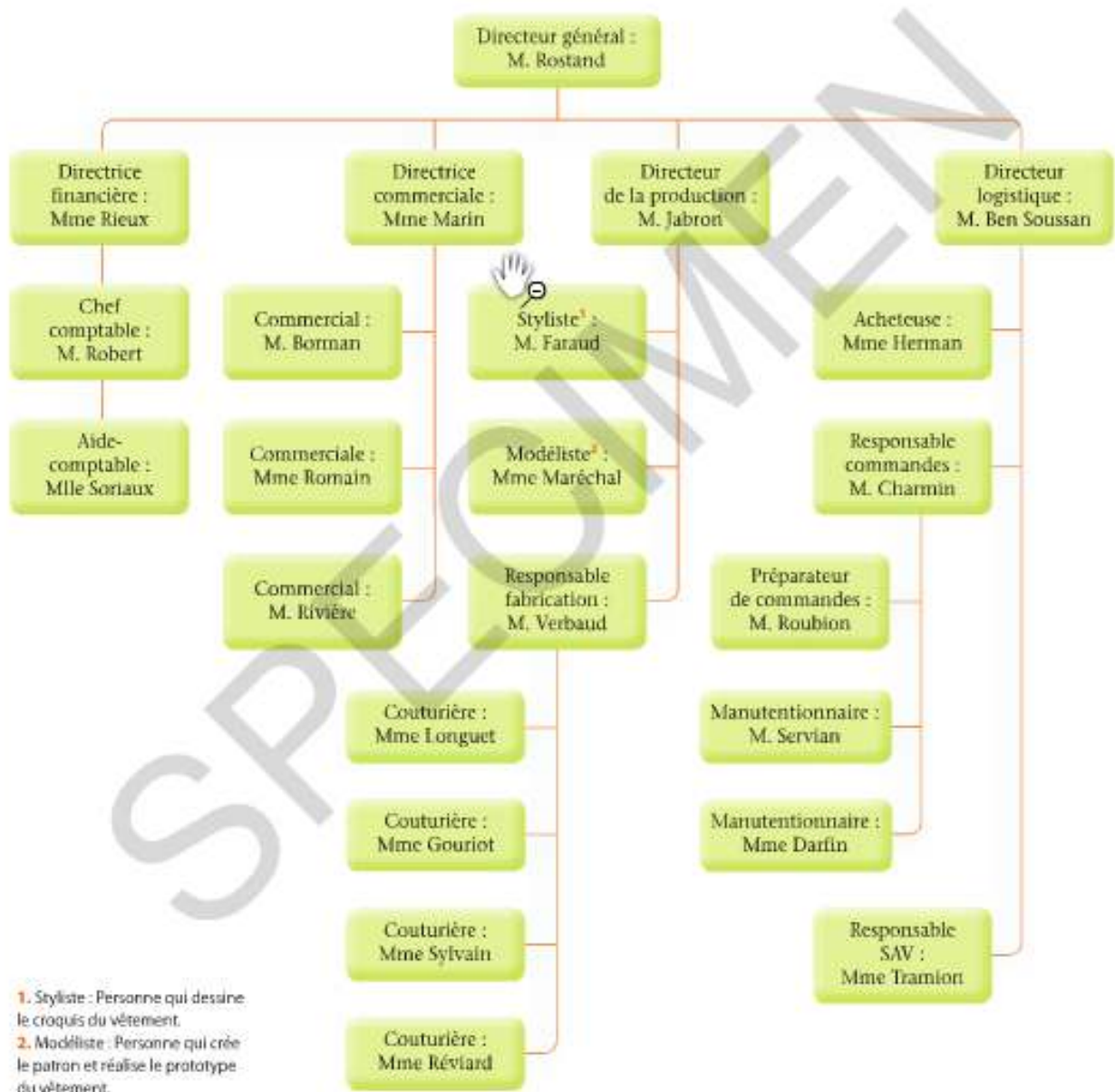
<http://www.youtube.com/watch?v=tJ4HPDr21aE&feature=related>

GRILLE D'ANALYSE DE LA SITUATION DE COMMUNICATION

Acteurs	PROFESSEUR 1
Rôles et statut	PROFESSEUR 2 M FLAVUS M DESPOL (MONITEUR DE L'EXPERIENCE) M RIVOLI (ELEVE)
Contexte	LABORATOIRE DE RECHERCHE EN PSYCHOLOGIE SOCIALE QUI SOUHAITE REALISER UNE ETUDE EXPERIMENTALE SUR LE COMPORTEMENT
Enjeux des acteurs	<u>Informationnels</u> : étudier le comportement de l'élève (officiellement) étudier le comportement du moniteur (officieusement) <u>Financiers</u> : gagner de l'argent en participant à une expérience
Message	Appliquer des instructions pour mener une expérience sur l'efficacité de la punition sur la mémorisation
Canal / Support	ORAL / VOIX ELECTRIQUE / COURANT MANETTE FIL CHAISE ELECTRIQUE
Distance	PUBLIQUE PUIS INTIME (AU MOMENT OU M DESPOL DOIT REMETTRE LE CAPTEUR) Je vous en prie arreter je n'en peut plus (influence affective)
Signes verbaux :	Voix Intonation. Vous devez poursuivre l'expérience, Je vous prie de continuer, il est absolument essentiel que vous continuiez, je prends sur moi toute la responsabilité de l'expérience (argument d'autorité et logique) Je vous en prie arreter je n'en peut plus (influence affective)
Signes non verbaux	BLOUSE BLANCHE > INCARNE L'AUTORITE (argument d'autorité) Expression du visage (souffrance) Rire et geste nerveux Transpiration
Sources de l'autorité	Liée au statut (soumission à l'autorité)
Argumentation	Argumentation logique

Doc 1 L'organigramme de l'entreprise Les Tissus du temps

L'entreprise Les Tissus du temps est une PME qui fabrique et commercialise des vêtements de créateurs. Elle emploie plusieurs salariés dont les fonctions et les missions sont indiquées dans un organigramme hiérarchique.



- 1 Identifiez les différentes directions de l'entreprise et le nombre de salariés que compte chacune d'elles.
- 2 Qui est (sont) le(s) supérieur(s) hiérarchique(s) de M. Verbaud ? Quel(s) est (sont) son (ses) subordonné(s) ?
- 3 Quelles sont les relations entre M. Borman, Mme Romain et M. Rivière ?
- 4 Quels sont les intérêts pour Les Tissus du temps d'établir un organigramme de l'entreprise ?

Doc 2 Les relations dans l'entreprise Les Tissus du temps

Dans l'entreprise Les Tissus du temps, les individus établissent des relations entre eux qui peuvent être soit formelles (définies par l'organisation et schématisées par l'organigramme) soit informelles (construites en dehors de toute structuration de l'organisation). Voici quelques exemples.

Situation a M. Faraud qui aime avoir l'avis de Mme Réviard, vient lui montrer sa dernière création de robe d'été. Il lui demande si la coupe qu'il a imaginée est réalisable en production en série. Il a besoin d'être conforté dans son choix par quelqu'un de compétent avant de présenter son croquis à son supérieur, M. Jabron.



Situation b Mlle Soriaux a terminé le journal de caisse. Elle doit le présenter à M. Robert pour obtenir sa validation, avant de le transmettre à Mme Rieux. M. Robert examine avec elle le document comptable.

Situation c Mme Marin réunit son équipe de commerciaux pour fixer les objectifs de l'année à venir en termes de prospection de nouveaux clients. Elle pense qu'il est nécessaire de développer le nombre de points de vente qui commercialisent les produits de l'entreprise.

Situation d M. Verbaud est contrarié par la baisse de qualité du tissu du fournisseur Tissam SARL. Il en réfère directement lors d'un repas à la cantine, à Mme Herman, avec qui il entretient des liens amicaux. En effet, ils sont tous les deux membres de l'équipe sportive de l'entreprise, et ont donc l'habitude de discuter des problèmes avant d'en informer leurs supérieurs hiérarchiques.

Situation e Mme Tramion, qui a travaillé pendant une dizaine d'années au service commercial, sous la responsabilité de Mme Marin, vient la consulter pour lui demander des conseils pour améliorer ses techniques de réponses aux clients.

Situation f Mme Rieux et M. Jabron se rencontrent pour faire le point sur les investissements à réaliser l'année prochaine. En effet, il semble nécessaire de renouveler une des chaînes de production qui devient obsolète.

- 5 À l'aide du document 1, caractérisez chacune des situations présentées dans le document 2, en précisant le type de relations existant entre les individus de l'entreprise. Reproduisez et renseignez le tableau ci-dessous.

Situation	Type de relations (cochez la case correspondante)		Justifications
	Formelles	Informelles	
Situation a			
Situation b			
Situation c			
Situation d			
Situation e			
Situation f			

Doc 3 Préparation du Plan Grand Froid de Vivre ensemble

Lorsque les conditions météorologiques deviennent extrêmes, les bénévoles de Vivre ensemble viennent en aide tous les jours aux sans-abri (distribution de couvertures, de repas et boissons chaudes, conduite dans des centres d'accueil...).

Le comité local de Vivre ensemble se réunit pour organiser les permanences pour le Plan Grand Froid qui vient d'être déclenché. Les responsables cherchent à mobiliser leurs équipes pour assurer au mieux la campagne de cette année.



- 7 Retrouvez les interventions faites par les responsables du comité local de Vivre ensemble pour convaincre les bénévoles de se mobiliser, en précisant quel est le processus d'influence utilisé. Justifiez votre réponse.

VOICI UN CERTAIN NOMBRE D'ARGUMENTS EMIS PAR DES HOMMES POLITIQUES INDIQUER LA STRATEGIE D'ARGUMENTATION EMPLOYEE	ARGUMENTATION OU STRATEGIE D'INFLUENCE
1 La lutte contre la pauvreté est l'affaire de tous c'est une question de solidarité nationale	COMMUNAUTE
2 Si la France ne prend pas les mesures fiscales nécessaires nous risquons de nous retrouver dans la même situation que la Grèce.	ANALOGIE
3 Il n'est pas normal que les classes moyennes voient leur pouvoir d'achat diminuer années après années	APPARTENANCE
4 En augmentant de 2 Pts le taux de TVA on diminuera le déficit public de 15 milliards d'€ et de 5 milliards d'€ le déficit commercial	LOGIQUE
5 D'après l'INSEE il y a 3 millions de chômeurs et 5,5 millions de travailleurs pauvres.	AUTORITE
6 Des parents excédés par l'insécurité, l'absentéisme des professeurs, et le manque de qualité de l'enseignement inscrivent leur enfant dans le privé	AFFECTIF
7 Pour faire reculer la pauvreté en France je ne vois qu'une seule solution : être capable de proposer un emploi pour tous.	CADRAGE

Doc 4 Sélection d'un fournisseur

Yanis est responsable des achats de composants électroniques pour le service production de l'entreprise Aureol. Il a pour mission de rechercher des fournisseurs potentiels puis de faire des propositions à son supérieur hiérarchique, M. Orsay, directeur des achats. Ce dernier, à partir

des informations collectées et transmises par Yanis, fait le choix définitif du fournisseur à sélectionner. Yanis a repéré un fournisseur qui lui semble intéressant. Il décide d'en faire part à M. Orsay par courrier électronique. Il a rédigé trois brouillons et hésite quant à celui à envoyer.

a Monsieur Orsay,

Je vous communique les informations du fournisseur DUVAL. Son offre tarifaire est la suivante : remise de 15 % sur les produits UB4006 achetés; commande minimum de 5 000 pièces.

Cordialement,

Yanis Sabri
Responsable achats
06.35.56.89.78

b Monsieur Orsay,

Comme convenu lors de notre échange téléphonique, je vous confirme la proposition de choix de fournisseur pour les composants UB4006. Il me semble que l'entreprise DUVAL correspond à nos attentes car elle est prête à nous faire des offres intéressantes en termes de prix.

Cordialement,

Yanis Sabri
Responsable achats
06.35.56.89.78

c Monsieur Orsay,

L'entreprise DUVAL nous propose 15 % de remise sur les produits UB4006 pour une commande minimale de 5 000 pièces, quantité que nous avons prévu de commander. Je propose au vu des avantages qu'il nous accorde, de le sélectionner comme fournisseur principal.

Cordialement,

Yanis Sabri
Responsable achats
06.35.56.89.78

9 Comparez les trois courriers électroniques en mettant en évidence leurs points communs

9 Comparez les trois courriers électroniques en mettant en évidence leurs points communs et leurs différences, en termes d'acteurs, d'objectif et de contenu.

10 Identifiez le courrier électronique qui énonce une opinion, celui qui apporte une preuve et celui qui met en place une argumentation.

11 Quel courrier électronique vous semble le plus efficace pour convaincre M. Orsay ?

1 Testez vos connaissances

Indiquez pour chacune des propositions, si celle-ci est « vraie » ou « fausse ». Justifiez votre réponse.

1. L'organigramme de l'organisation est un moyen de symboliser les relations formelles qui existent entre les individus.
2. Les relations informelles ne s'établissent qu'en dehors de l'organisation.
3. Les relations hiérarchiques sont des relations formelles.
4. L'influence peut se définir comme l'ensemble des procédés par lesquels un individu cherche à convaincre l'autre.
5. L'appel à l'affectif est le seul processus d'influence.
6. Une argumentation est une opinion.
7. L'autorité légitime est la capacité à se faire obéir spontanément par les autres.
8. Le charisme peut être une des raisons de l'autorité personnelle.
9. Les membres de l'organisation peuvent facilement se soustraire à l'autorité.