

## **REMERCIEMENTS**

Je tiens tout d'abord à remercier des personnes sans qui la réalisation de ce mini-mémoire ne serait pas possible. J'adresse particulièrement mes sincères remerciements à :

- Madame Elisa RAFITOSON Maître de Conférences – HDR, Responsable Pédagogique du Parcours Communications des Organisations de la Filière STICOM de l'Université d'Antananarivo Mention IES-AV qui, tout au long de ma formation, a fourni de précieuses directives et conseils à travers les cours théoriques dans la réalisation de cet ouvrage.
- Monsieur Jean Jules HARIJAONA Responsable Pédagogique au sein de la Filière STICOM
- Tout le corps enseignant de STICOM qui a contribué de près ou de loin à cet ouvrage et dont le précieux soutien a été d'une grande aide durant toute la durée de ma formation.

# **SOMMAIRE**

## **INTRODUCTION**

## **PREMIERE PARTIE : THEORIES : LE MODELE SEDIAC**

- 1. Détermination des Enjeux**
- 2. Détermination des Objectifs**
- 3. Analyse de la situation de Communication**
- 4. Construction du cadrage**
- 5. Élaboration de la Communication**
- 6. Diffusion de la Communication**
- 7. Impacts/Effets de la Communication**
- 8. Confrontation des résultats avec les Objectifs**
- 9. Recadrage(s)**
- 10. Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuel(s)**

## **DEUXIEME PARTIE : APPLICATION**

### **L'ECOLE SUPERIEURE POLYTECHNIQUE D'ANTANANARIVO**

#### **APPLICATION AU JSESPA 2020**

## **CONCLUSION**

## **ANNEXE**

## **BIBLIOGRAPHIE & WEBOGRAPHIE**

## INTRODUCTION

Les Sciences Information-Communication sont des sciences récentes. Le déclouonnement des disciplines a fait qu'un objet puisse être étudié par différentes disciplines. Cependant, ce qui nous intéresse c'est que comme Alex MUCHIELLI, ce sont les différentes approches de cet objet qui fait la science. Grâce aux concours des approches communicationnelles, nous avons la possibilité d'étudier scientifiquement une action de Communication.

La stratégie est une démarche raisonnée servant à établir un plan de communication en tenant compte de la situation et des moyens disponibles en vue d'obtenir une communication efficace. Une définition militaire a été transposée aux phénomènes communicationnels et le terme « efficace » a bien été précisé pour appuyer le résultat positif attendu. À ne pas confondre avec « efficiente » qui a seulement un effet et que nous ignorons encore la nature de cet effet.

Dans cet ouvrage, nous allons dans un premier temps évoquer les théories et les modèles d'analyse abordés en cours : le modèle SEDIAC. Puis dans un deuxième temps, choisir une application qui mettra en pratique ledit modèle, en l'occurrence ici, la première édition des « Journées Scientifiques de l'École Supérieure Polytechnique d'Antananarivo ».

## **PREMIÈRE PARTIE : THÉORIES**

Quelques années après le modèle EMEREC, une problématique s'est vite imposée aux chercheurs en SIC, celle de savoir quel paradigme à appliquer après. En réponse à cela, le Professeure Elisa RAFITOSON a élaboré le modèle SEDIAC.

Il faut savoir qu'à part les critères temporel et sectoriel, la stratégie se caractérise également de par son extension scientifique. Si elle convient à des cas particuliers, nous aurons des stratégies dites spécifiques. En revanche, si la stratégie peut être appliquée à de très nombreux domaines, elle sera dite générale et c'est le cas de notre modèle SEDIAC (Stratégie d'Elaboration et de Diffusion d'une Action de Communication).

« Action de Communication » signifie ensemble de communication organisé et finalisé comme le recommande les SIC.

Il y avait la préoccupation de mettre à disposition des étudiants un instrument de travail simple, pratique et utilisable en toute situation pour mieux ancrer dans leurs esprits les théories transmises et qu'ils puissent être suffisamment armés dans le monde professionnel.

Le modèle SEDIAC :

1. Détermination des Enjeux
2. Détermination des Objectifs
3. Analyse de la situation de Communication
4. Construction du cadrage
5. Élaboration de la Communication
6. Diffusion de la Communication
7. Impacts/ Effets de la Communication
8. Confrontation des résultats avec les objectifs
9. Recadrage(s)
10. Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuel(s)

## 1) Détermination des Enjeux :

Un enjeu c'est ce que nous risquons de perdre ou avons la chance de gagner.

Éric BERNE est l'auteur de référence avec ses fameux ouvrages « Analyse transactionnelle » et « Des jeux et des hommes ». Justement dans ce dernier, nous avons pu prendre connaissance de différents jeux auxquels nous nous adonnons en passant d'un état du moi à un autre. Alex MUCCHIELLI disait « ...rituels d'échanges entre les états du moi... ». L'on retrouve aussi avec transactionnelle de transaction un renvoi aux fonctions de Josée VALIQUETTE.

D'après l'inventaire de MUCCHIELLI, il existe 5 types d'enjeux :

- **Enjeu informatif** : Toute action que l'on fait revêt toujours une volonté de transmettre des informations. « On ne peut pas ne pas communiquer » référence premier axiome de PALO ALTO. Le problème ici c'est que l'enjeu chez Alex MUCCHIELLI tend à se confondre avec l'objectif qui est d'informer.
- **Enjeu identitaire** : Les acteurs ont une volonté de défendre leurs identités dans leurs communications.
- **Enjeu d'influence** : Le destinataire à travers son message exhortera l'autre à tenter une action selon son bon vouloir.
- **Enjeu relationnel** : il y a la préconisation de maintenir en ordre les aspects relationnels.
- **Enjeu normatif** : L'on tiendra à cœur d'appliquer des règles ou normes dans la communication.

**Enjeu symbolique** : il renvoie à l'abstrait, quelque chose qu'on ne peut pas toucher. Dans la communication d'entreprise, nous pouvons entre autres citer l'image. Une notion très importante dans la construction de la notoriété, du prestige de l'entreprise.

**Enjeu opératoire** : à l'inverse de celui symbolique, il désigne tout ce qui est concret ou matériel. L'aspect financier entre autres contribuant à la bonne marche de l'entreprise.

Illustration : Investissement dans un nouveau produit mis sur le marché avec perte ou bénéfice constaté après les ventes.

## 2) Détermination des Objectifs :

Il est primordial de bien cerner les objectifs d'une communication. En effet, à la fin, la véritable préoccupation c'est d'avoir une communication efficace.

### 2.1) Les fonctions de Roman Jakobson :

« Tout système de communication correspond au transfert d'un message matériel ou matérialisable entre un émetteur E et un récepteur R. »

R. Mucchielli, Communication et réseaux de communication, ESF, Paris, 1971, p.18

En se référant au schéma canonique, une communication ne peut s'établir qu'à l'aide d'éléments minima sans lesquels celle-ci ne peut être considérée comme telle. C'est le principe de base qui reliera la visée d'une fonction à un élément de communication.

#### ➤ La fonction expressive :

Elle renvoie à l'émetteur. Du verbe « s'exprimer » qui veut dire exprimer quelque chose, faire sortir de soi (que ce soit des sentiments, des opinions, des affectivités...), cela concerne le « moi ».

Illustration : « J'adore les chats »

#### ➤ La fonction impulsive :

Elle renvoie au récepteur. De « impression » et « pression », l'objectif ici c'est d'essayer d'exercer ou exercer une action sur l'autre. Elle porte aussi l'appellation fonction conative. L'ordre en fait souvent un indice. La supplication également en fait partie et cela peut même aller jusqu'à l'obligation (à condition bien sûr d'en avoir le pouvoir).

Illustration : L'affichage « Interdiction de fumer »

➤ **La fonction poétique :**

Elle renvoie au message. De « poème » (œuvre littéraire), la fonction a été élargie plus tard à la fonction esthétique. Un message peut prendre plusieurs formes, pas forcément un poème. Nous attacherons particulièrement une importance sur le soin de la forme. Cela peut se manifester au niveau du langage utilisé. Généralement, nous distinguons 3 niveaux de langue. De haut en bas, nous retrouvons le langage soutenu, courant puis familier. Il est à remarquer que tout en haut et tout en bas, nous avons aussi les niveaux oratoire (oraison funèbre, discours royal...) et vulgaire (injures). La fonction est prédominante dans le domaine de la publicité.

Illustration : « Carglass répare, Carglass remplace »

➤ **La fonction phatique :**

Elle renvoie au canal. Nous nous basons du point de vue d'un linguiste c'est-à-dire considérant le verbal. Tout est fait pour entretenir la communication :

Phatique d'ouverture : où nous commençons le message

Illustration : « Bonjour tout le monde ! »

Phatique de maintien : qui permet de continuer le message

Illustration : Les relances dans les dialogues (« Et toi ? », « Mais dis-moi... »)

Phatique de clôture : qui clôture le message

Illustration : « A la prochaine ! »

➤ **La fonction référentielle :**

Elle renvoie au référent. Également appelée « fonction informative », il s'agit de transmettre des connaissances ou éléments de connaissance. Quelle que soit le message, la fonction est toujours présente.

Illustration : « Il va pleuvoir »

➤ **La fonction métalinguistique :**

Elle renvoie au code. Chaque fois que nous jugeons utile de préciser le sens d'un mot, d'une expression, nous procédons à l'explicitation du code. Pour simplifier, c'est un discours sur un discours.

Illustration : Cas d'un rapport d'étude fait par le subordonné à son supérieur.

## 2.2) Les objectifs de MUCCHIELLI :

Selon lui, la communication a pour but de :

- **Créer un lien avec l'autre** : établir des relations avec autrui
- **Persuader (influencer/manipuler)** : modifier les attitudes et les comportements de l'autre.
- **De découvrir** : apprendre sur l'autre et le monde extérieur
- **De jouer** : se divertir, communiquer de façon ludique

## 3) Analyse de la situation de Communication :

Pour effectuer l'analyse, nous partirons de deux approches scientifiques célèbres :

- Le modèle SPEAKING de Dell HYMES
- La Théorie Sémio-Contextuelle (TSC) d'Alex MUCCHIELLI

### 3.1) Le modèle SPEAKING :

Dans le temps, nous nous tournions seulement vers l'apprentissage d'une langue en termes de communication. Dell HYMES a voulu démontrer la nécessité de dépasser cela. En Sociolinguistique, l'étude des phénomènes sociaux constituait déjà un début. Toutefois, il s'est rendu compte au cours de ses observations que c'est en fait la situation qui gouverne le déroulement d'une communication (« Vers la compétence de communication » Dell H. HYMES, 1984). Pour étudier plus en détail les phénomènes communicationnels, le modèle SPEAKING a ainsi été élaboré. Bien que nous soyons tentés de traduire à tout bout de champ le mot c'est-à-dire « parler », le verbal et le non-verbal sont tous deux concernés en raison du caractère spécifique dite « Cadre de Communication ». Chaque lettre ou composante correspond à un paramètre de description d'une situation de communication.

- **« S » ou Settings** :

Scène ou cadre dans lequel se déroule une communication.

- Cadre physique et matériel :

**Le lieu** : les endroits où se passent les communications :

- *Le lieu formel* : lieu qui impose des contraintes ou des règles particulières caractérisés par la nécessité d'avoir une certaine tenue dans notre comportement. Les niveaux de langue soutenu et oratoire constituent des indices sur ce point. Dans ces lieux, nous aurons des communications formelles.

**Illustration** : Le silence absolue dans une bibliothèque.

- *Le lieu informel* : à l'inverse de celui formel, il n'y aura pas de règles particulières. La spontanéité prime sauf quand les règles propres au langage utilisé entrent en vigueur. Comme indice, les mots employés seront du registre courant ou familier. Cette fois-ci, nous aurons des communications informelles.

**Illustration** : au marché, à la maison, à la cour de récréation...

**Le temps (qu'il fait)** :

Nous sommes plus disposés à communiquer lorsque le temps est agréable. Par contre, face au mauvais temps, nous le sommes moins surtout verbalement.

**Illustration** : Le montant du col jusqu'à mi-visage qui décourage l'envie de parler pendant l'hiver

- **Cadre socio-culturel** :

**Les moments** :

La vie quotidienne des individus se subdivise en moments. Il existe des communications se réalisant au bon moment c'est-à-dire les communications opportunes et celles se passant au mauvais moment, les communications inopportunes (respectivement).

**Illustration** : Passer une chanson de Noël à la radio au mois de décembre

**Les domaines** :

Ils font références aux secteurs. Dans ces derniers, nous retrouvons les communications des organisations, les communications médiatiques et plus à part les communications politique et publicitaire.

Illustration: domaine journalistique, domaine des loisirs, domaine professionnel, domaine des sciences...

- **« P » ou Participants** :

Il faut savoir que Dell HYMES voulait s'éloigner du modèle EMEREC. Effectivement, après observations, les rôles y sont fixes (EME et REC). Nous avons vu préalablement dans sa définition que les SIC se base sur les échanges d'où l'importance du terme « participants ».

Selon HYMES, les participants sont ceux qui prennent part à la communication directement ou indirectement.

- Les participations directes : cas du modèle EMEREC
- Les participations indirectes : 2 distinctions :

La distinction entre récepteur allocutaire et récepteur non-allocutaire :

- **Récepteur allocutaire** : récepteur réellement ciblé par l'émetteur c'est-à-dire la personne ou le groupe à qui il s'adresse vraiment.

Illustration : « Monsieur, je n'ai pas bien compris la question numéro 2 »

- **Récepteur non-allocutaire** : l'émetteur ne s'adresse pas à la personne, récepteur non ciblé. Le cas s'applique même si nous savons que la personne est présente ou non.

Illustration : Crier le nom de quelqu'un dans la rue et le saluer va rendre confus certaines personnes qui ont le même nom.

La distinction entre récepteur ratifié et récepteur non-ratifié :

- **Récepteur ratifié** : celui dont nous acceptons la présence.

Illustration : La présence d'avocat dans une procédure de divorce.

- **Récepteur non-ratifié** : nous n'acceptons pas sa présence. Il est des cas où tant pis nous faisons avec et dans d'autres, nous « chassons » la personne.

Illustration : Dire aux enfants d'aller jouer pour qu'ils n'entendent pas les conversations adultes.

En parallèle à tout cela, les participants présentent également d'importantes caractéristiques permettant de dégager différents types de communication.

- ✚ L'importance numérique (ou le nombre de participants) :

**Communication interpersonnelle ou interindividuelle** : lorsque deux individus sont mis en scène.

Illustration : Discussion entre un père et son fils.

**Communication de groupe** : 3 schémas :

- a) Un individu s'adresse à un groupe.

Illustration : Le cours magistral d'un professeur d'université.

- b) Un groupe s'adresse à un individu.

Illustration : Le cas des gilets jaunes qui avait protesté contre le gouvernement français.

- c) Un groupe s'adresse à un groupe.

**N.B** : Les personnes dans le groupe disent ici les mêmes choses au même moment.

Illustration : Le concert avec les artistes et leurs fans.

**Communication médiatique** : quand une audience de masse est concernée. Les mass-médias sont fortement sollicités.

Illustration : Le festival de Cannes

- ✚ La distinction entre la présence et la non-présence :

Erving GOFFMAN (Cf. PALO ALTO) a beaucoup travaillé sur la face. Il a notamment cité une définition sur ce qu'est une situation de face à face : « Une situation où les individus se

trouvent dans une présence physique immédiate les uns des autres ». La situation de présence doit remplir des conditions qui sont de s'entendre et de se voir sans intermédiaire, autrement dit une communication directe.

Illustration : Deux amis assis à table discutant l'un près de l'autre.

Au lieu de non-présence, nous aurions pu dire absence. Or, communiquer n'a pas de sens si l'autre n'est pas là. Dans ce cas-ci, les participants ne se trouvent pas dans une proximité immédiate et font appel à un intermédiaire ou médium. Nous aurons des communications dites indirectes ou encore médiatisées. Le micro n'est qu'un amplificateur de voix et ainsi n'est pas pris en compte.

- **Communications médiatisées à diffusion minoritaire** : Les récepteurs sont soit un individu soit un groupe.

Illustration : Appel téléphonique entre deux amis.

- **Communication médiatisées à diffusion majoritaire** : nous avons affaire à des récepteurs de masse d'où communication médiatisée et médiatique.

Illustration : émissions télévisées, émissions radio...

- ✚ La distinction entre le récepteur personnel et le récepteur anonyme :

**Récepteur personnel** : Les participants entretiennent entre eux des relations personnelles. L'existence de celles-ci se manifeste dans la communication. Le courant et le familier (parfois le vulgaire selon l'appartenance sociale) sont utilisés.

Illustration : Cas d'une famille qui accueille un des leurs à l'aéroport

**Récepteur anonyme** : Le récepteur en question nous est inconnu. Il se peut que nous le connaissions ; cependant, l'existence de relations ne doit pas se manifester dans les communications. Des règles de contraintes subsistent, par exemple la distance entre les participants. Nous aurons alors des communications anonymes.

Illustration : Le service client d'un fournisseur de services

- La répartition :

**Communication unilatérale** : les communications sont linéaires c'est-à-dire ne vont que dans un seul sens. L'exemple le plus ? c'est le modèle EMEREC.

Illustration : Jeter une bouteille contenant une lettre à la mer

**Communication réciproque** : les participants observent une réciprocité dans leurs échanges. Le schéma est circulaire.

Illustration : Un débat entre deux amis sur un sujet qui les passionne.

- La relation entre les participants

Cette caractéristique est l'une des plus importantes du fait de son rôle capital. En effet, elle gouverne le déroulement d'une communication. L'affirmation paraît contradictoire avec ce qui a été dit précédemment mais celle-ci, dépend ici, précisément, des participants. La nature de la relation va déterminer vraiment le sens des communications.

- **Relations positives** : Les participants éprouvent (ou tout au moins s'efforcent d'éprouver) une réelle bonne volonté pour que nous ayons une bonne communication. Il en résultera des relations coopératives qualificatives de communications coopératives. Chaque participant doit faire des efforts pour mener les communications à leur terme.

Illustration : La belle mère et la belle fille qui essaie de s'entendre en présence de la famille

- **Relations neutres** : Elles sont rares et ne sont ni positives ni négatives. Elles se rencontrent surtout dans le domaine de l'administration ou du publique.

Illustration : Cas des mots employés qui ne manifeste pas notre personne dans les écrits professionnels comme les lettres de démission, le CV, etc.

- **Relations négatives** : Nous aurons affaire à des relations conflictuelles. Le conflit peut être ancien, naître pendant la communication ou en créer plus tard un autre (réciprocité).

Illustration : Les relations entre la police et les Afro-américains.

**Types particuliers** :

- Les relations égalitaires : les participants sont au même niveau/pallier : communications **égalitaires** ou **horizontales**.

Illustration : Un obstétricien peut consulter l'avis d'un autre médecin de la même spécialisation s'il a des doutes concernant un diagnostic.

- Les relations hiérarchisées : Les participants ne se trouvent pas sur le même pied d'égalité : communications verticales.

**Communications verticales descendantes** : du haut vers le bas

Illustration : Le directeur ordonne à sa secrétaire de lui faire une saisie de document très important.

**Communications verticales ascendantes** : du bas vers le haut

Illustration : Cas d'une lettre de demande de congés à faire parvenir à son supérieur

D'après LINTON, un psychologue, les relations entre les participants se décomposent en 2 facteurs :

**Le statut** : « La place occupé par un individu donné dans un système donné à un moment donné. »

Illustration : Cas d'Angela Merkel qui est chancelière d'Allemagne depuis 2005.

**La fonction** : c'est le rôle. Entre le statut et la fonction, il n'y a pas forcément coïncidence. Celui qui a le statut n'assume pas forcément sa fonction.

Illustration : Cas du père ayant une liaison extraconjugale.

- **« E » ou Endings** :

Finalités de la communication, nous partons toujours des différentes fonctions du langage ayant chacune une visée spécifique. Les fonctions de JAKOBSON et de VALIQUETTE seront les références.

Fonction expressive : Elle permet au destinataire de « faire sortir » de lui son attitude, son émotion, son affectivité...

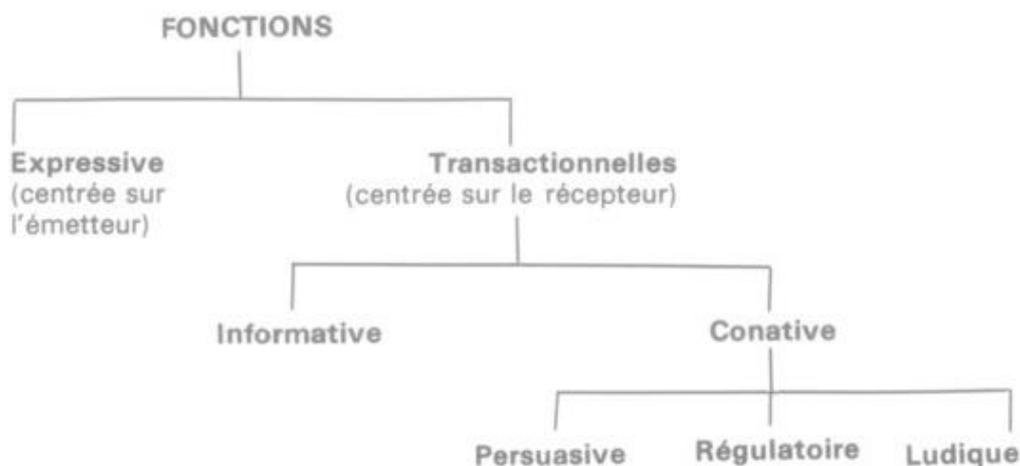
Fonction impressive : La fonction traduit la volonté de faire réagir le destinataire, de l'influencer.

Fonction poétique : centrée sur le message lui-même, elle met en lumière les phénomènes stylistiques soulignant la forme de la communication.

Fonction informative : c'est le contexte auquel renvoie le message.

Fonction phatique : La fonction sert à établir le contact entre les interlocuteurs, à retenir l'attention du destinataire.

Fonction métalinguistique : Elle vise l'explication du code, quand il faut s'assurer du sens d'un mot par exemple.



Fonction régulatoire : renvoie aux interactions, à l'organisation. C'est la fonction conative proprement dite.

Fonction persuasive : de persuader, la communication aura pour but d'influencer.

Fonction ludique : la fonction renvoie au jeu

- **« A » ou Acts :**

Les actes constituent véritablement la communication.

- La distinction entre la communication ritualisée et la communication non-ritualisée :

**Communication ritualisée** : elle montre deux aspects :

- Une démarche dont il faut respecter les différentes étapes (rigueur sur l'ordre mais pas tellement avec la durée)
- L'utilisation de formules consacrées qui d'ailleurs ne sont pas non plus très rigides

Nous observons également une contrainte de comportement.

Illustration : Les formules consacrées dans les visites de présentation de condoléances :  
« Akory aby ianareo ato tompoko ? »

**Communication non-ritualisée** : Les phrases simples et spontanées utilisées dans le quotidien.

 Successions de signes :

Toujours dans la linguistique, les signes peuvent être oraux ou écrits donc succession de sons et de lettres.

 Utilisation de différents langages :

Il va sans dire qu'ici le langage humain est celui utilisé. Dans une communication, 2 ou 3 langages peuvent se suivre ou être utilisés simultanément.

- **« K » ou Keys** :

L'ambiance ou l'atmosphère dans laquelle se déroule la communication est primordiale. Il appartient au responsable de communication de transmettre une atmosphère positive dans une entreprise.

- *Tonalité positive* : atmosphère gaie et joyeuse.

Illustration : le Baptême de l'enfant d'un proche

- *Tonalité négative* : atmosphère lourde, liée aux relations conflictuelles.

Illustration : Table ronde avec d'un côté les Américains et de l'autre les Talibans.

- *Tonalité neutre* : difficile à maintenir, peut dégénérer ou s'améliorer.

- **« I » ou Instruments :**

La distinction entre le non verbal et le verbal

**Le verbal :** Généralement sous 2 formes : l'oral et l'écrit.

**Le non-verbal :**

- *La kinésique :* Science de tout ce que l'on peut faire avec le corps surtout dans les situations de face à face.

Illustration : Faire la révérence devant la royauté

- *La proxémique :* Science qui étudie l'utilisation de l'espace ou de la distance pour communiquer. Il peut se présenter 2 possibilités : la personne a tendance à cultiver la proximité ou elle cultive la distanciation.

Illustration : S'asseoir au milieu d'un banc public pour signifier l'intention de ne pas vouloir quelqu'un d'autre à côté.

- *La non-communication* (d'Alex MUCCHIELLI) : Communications qui auraient pu se faire mais qui ne se sont pas faites.

Les 3 classifications d'Éric BUYSSENS :

- **Distinction entre moyen de communication par signe et moyen de communication par symbole :**

*Moyen de communication par symbole :* Entre le signifié et le signifiant dans la communication, il existera toujours une relation quelconque. Le lien peut être direct (exemple du ...) ou indirect (exemple de...).

*Moyen de communication par signe :* Le signe présente deux faces : le signifié et le signifiant. Il n'existe aucun lien entre les deux faces, leur association est purement arbitraire/immotivée. Dans une communication par signe, on est obligé de faire un apprentissage. Illustration :

- **Distinction entre moyen de communication systématique et moyen de communication a-systématique :**

*Moyen de communication systématique* : La langue constitue un système c'est-à-dire organisé et structuré. Dans ce système, nous trouvons des unités dites stables qui peuvent être utilisées dans différents énoncés.

*Moyen de communication a-systématique* : Système ne présentant pas d'unités stables.

➤ **Distinction entre moyen de communication direct et moyen de communication substitutif :**

*Moyen de communication direct* : Moyen qui se présente sous sa forme originelle.

Illustration : La langue sous sa forme orale.

*Moyen de communication substitutif* : Remplacement des unités retrouvées chez le moyen de communication direct par d'autres différentes. Pour reprendre l'exemple d'en haut, les sons seront substitués par des lettres. C'est le cas du morse.

La classification selon les organes des sens :

Du plus répandu à celui qui l'est moins, nous avons le langage auditif, visuel, tactile puis gustatif et enfin olfactif.

- *Le langage auditif* : langage mettant en jeu l'ouïe

Illustration : Les annonces dans les haut-parleurs

- *Le langage visuel* : langage mettant en jeu la vue

Illustration : Les couleurs rouge et or indiquant le nouvel an chinois

- *Le langage tactile* : langage mettant en jeu le toucher

Illustration : L'esquimo dit bonjour en touchant son nez avec celui de son interlocuteur.

- *Le langage gustatif* : langage mettant en jeu le goût

Illustration : Le plat de dinde à Thanksgiving aux États-Unis

- *Le langage olfactif* : langage mettant en jeu l'odorat

Illustration : Le parfum musqué qui en général caractérise l'odeur masculine

- **« N » ou Norms :**

Une norme est la règle à appliquer dans une situation donnée. Ce sont souvent les communications ritualisées qui sont soumises à des normes précises.

✚ *Normes langagières* : Normes de langage à utiliser

Illustration : Les différentes salutations : familier : « alors ça baigne ? ». Courant : « Comment ça va ? ». Soutenu : « comment allez-vous ? »

✚ *Normes d'interprétation* : Le fait de donner un sens à la communication

Le sens est au centre de la préoccupation de toute discipline de communication.

- **La dénotation** : c'est le sens commun à tous les usagers, un sens stable et objectif

Illustration : véganisme : nom masculin, mode de vie alliant une alimentation exclusive par les végétaux (végétalisme) et le refus de consommer tout produit (vêtements, chaussures, cosmétiques, etc.) issu des animaux ou de leur exploitation.

- **La connotation** : Il existe des valeurs supplémentaires qui s'ajoutent à la dénotation. Ces valeurs sont variables car dépendent de la façon de voir ainsi que des expériences des individus ou communautés. Nous aurons donc un sens dit subjectif.

Illustration : « Vous me paraissez bien pâle » : êtes-vous malade ?

✚ *Normes d'interaction* : Façons dont les participants agissent entre eux. Nous nous référons à des normes implicites lors de nos interactions avec les autres.

Illustration : Face à un étranger, nous disons « Bonjour » mais pas « Coucou »

- **« G » ou Gender :**

Le genre correspond aux typologies. La typologie c'est la science de la détermination des types. Dell HYMES n'a pas approfondi le paramètre.

Illustration : le genre journalistique

### **3.2) La Théorie Sémio-Contextuelle d'Alex MUCCHIELLI :**

Une des plus célèbres théories de MUCCHIELLI, « sémio » vient de sens et « contextuelle » de contexte. Il s'agit donc de dégager les sens d'une communication en s'appuyant sur le(s) contexte(s). En parallèle avec la théorie des processus de la communication, MUCCHIELLI s'efforce de nous montrer comment on élabore le sens.

1. **Le contexte expressif des identités des acteurs** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport à ce que nous savons ou ce qui est affiché des intentions, des projets et des enjeux des acteurs en présence.

*Illustration* : Les propos d'un candidat dans un débat en vue des élections

2. **Le contexte culturel de référence aux normes et règles collectivement partagées** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport à des normes appelées ou construites au cours des échanges.

*Illustration* : Les règles de bienséance en présence de la Reine d'Angleterre

3. **Le contexte des positions respectives des acteurs** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport aux positionnements des acteurs entre eux.

*Illustration* : Le livre nous met dans la position de celui qui veut connaître le contenu du livre, les pensées de l'auteur du livre

4. **Le contexte relationnel social immédiat** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport à la qualité de la relation entre les acteurs et prend aussi un sens dans l'ensemble du système interactionnel créé.

*Illustration* : Cas des collectes de fond auprès des différentes connaissances (famille, amis...)

5. **Le contexte temporel** : Ce qui est communiqué à tel moment prend un sens par rapport à ce qui est dit avant.

*Illustration* : La concrétisation d'un projet présidentiel et le rappel de la promesse de celui-ci lors des propagandes.

6. **Le contexte spatial** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport à la disposition du lieu et à ses contraintes s'imposant à tous.

*Illustration* : Les négociations entre le commerçant et l'acheteur au marché.

7. **Le contexte physique et sensoriel** : Ce qui est communiqué prend un sens par rapport à l'ensemble des éléments sensoriels qui arrivent aux différents sens : vue, ouïe, proprioception, odorat, toucher.

*Illustration* : Les gens qui chantent à l'unisson dans un concert

Pour la TSC, il est plus pertinent de prendre un exemple englobant la totalité des contextes plutôt que des exemples éparpillés. En effet, prendre par exemple une élection ou une cérémonie visualiserait l'ensemble des communications et spécialement le processus de celles-ci. « Une communication consiste à manipuler un ou plusieurs contextes de la situation de façon à faire émerger le sens.

Enfin, il existe des points communs entre le modèle SPEAKING et la TSC. Cela paraît évident puisque MUCCHIELLI a pris comme point de départ de la TSC le modèle SPEAKING. Le paramètre S par exemple renvoie simultanément aux contextes temporel et spatial. Le lieu et le temps fait partie du cadre physique et matérielle. Prenons également la composante N c'est-à-dire les normes, le contexte culturel de référence aux normes et règles collectivement partagées les englobe.

#### 4) Construction du cadrage :

Selon le troisième axiome de PALO ALTO, une communication comporte toujours un cadrage. Un axiome c'est une vérité indémontrable, tellement évidente que nous n'avons pas besoin de la démontrer. PALO ALTO c'est avant tout WATZLAWICK, il est le chef de file. Selon MUCCHIELLI, le cadrage c'est la façon de voir et nous distinguerons deux éléments importants :

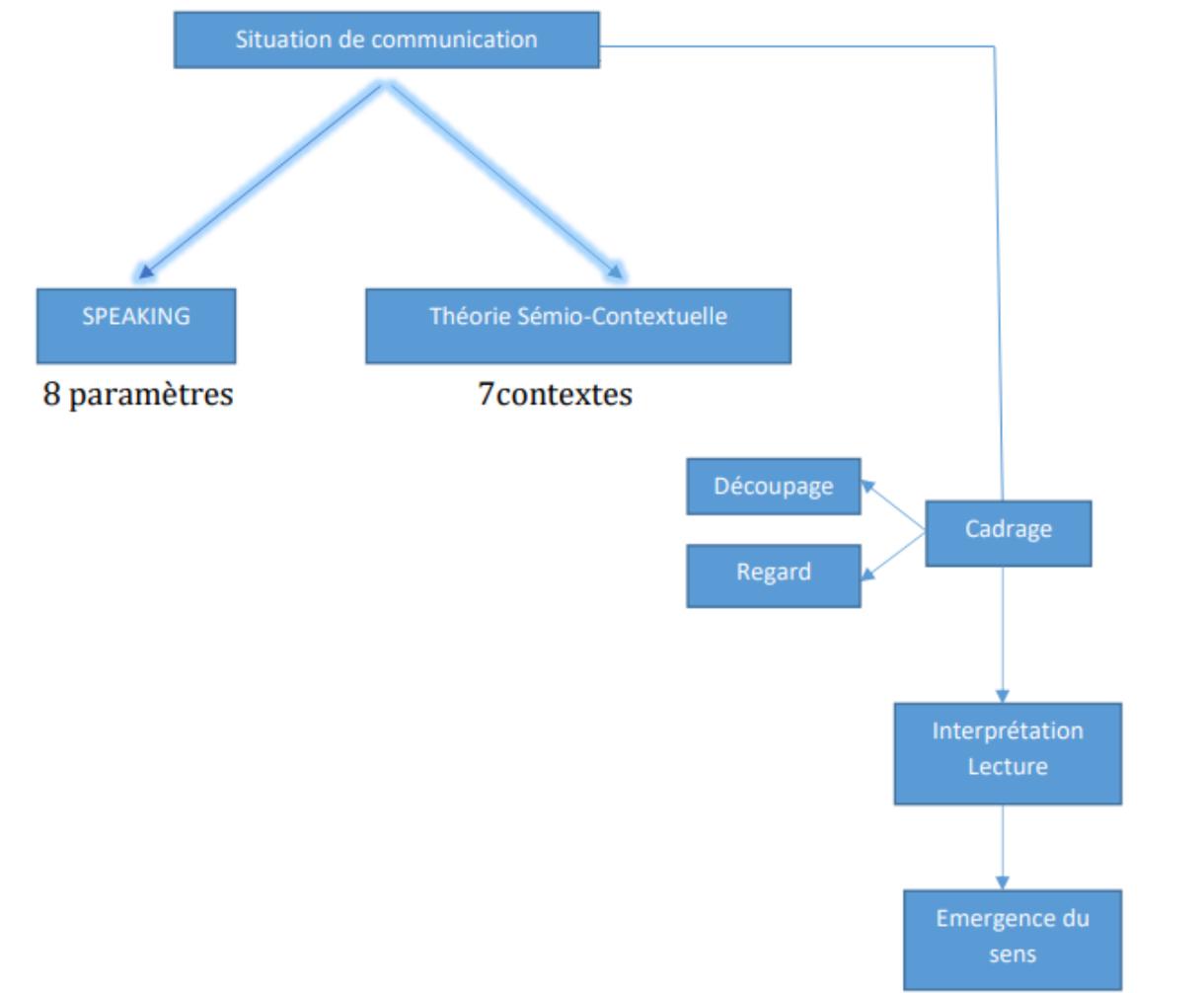
➤ **Le découpage :**

En se référant à Ferdinand de SAUSSURE et à son fameux schéma circulaire, nous nous sommes rendus compte de deux problèmes. Le premier repose sur le fait de ne plus savoir où exactement les interactions ont débutées ou terminées tandis que le second évoque la façon pour chaque participant de subdiviser ces interactions.

➤ **Le regard :** c'est la façon de concevoir telle ou telle communication.

Le terme cadrage est devenu plus tard « ponction ». Ponctuation veut dire mettre un accent sur quelque chose et justement le plus gênant c'est qu'elle renvoie de plus en plus seulement au regard.

Le constructivisme est une des méthodes permettant de faire émerger le sens : « le sens se construit ». À partir d'une simple partie, d'une partie de quelque chose ou de quelqu'un le cerveau humain est capable de reconstituer le tout, l'ensemble. Néanmoins, elle présente une limite sur le fait que les sens des participants ne coïncident pas forcément.



### 5) Élaboration de la Communication :

Une communication comporte deux faces : Signifié et Signifiant. Il ne faut pas oublier que la relation entre ces deux faces est purement arbitraire. Après avoir déterminé le cadrage, il nous importe maintenant de matérialiser la communication c'est-à-dire recourir au Signifiant. Pour ce faire, nous pouvons nous référer au paramètre « I » (les Instruments) du modèle SPEAKING.

### 6) Diffusion de la Communication :

Elle peut concerner l'oral mais concerne notamment l'**écrit** ici.

**Supports classiques** : les journaux, les posters, les panneaux, les flyers, les affiches...

**Supports numériques** : la radio, le téléphone, la télévision, les messageries web, la messagerie des réseaux sociaux, les vidéoconférences...

## 7) Impacts/ Effets de la Communication :

La présence d'impacts ou effets de la communication n'est possible qu'à condition d'avoir affaire à des échanges. Ces derniers n'existent que lorsqu'il y a rétroaction. Rétroaction c'est l'action qui doit revenir vers l'émetteur initial.

Il est important avant tout de procéder à un travail de recueil aboutissant à une sélection qui elle-même donnera lieu à l'analyse des impacts et effets. Seules les communications pertinentes importent. Se demander alors auprès de qui recueillir les données. Quant à la sélection, faire du brainstorming aide dans la prise de décision.

## 8) Confrontation des résultats avec les objectifs :

Il se peut que les résultats attendus soient en accord avec les objectifs fixés. Si tel n'est pas le cas, procéder à un (ou des) recadrage(s).

Dans le cas contraire où les objectifs sont atteints, nous parlerons dès lors d'une action de communication efficace.

## 9) Recadrage :

Cette étape est des plus importantes et nous procéderons étape par étape du début. Il se peut que certaines ne seront pas amenées à être modifiées mais d'autres si.

Selon MUCCHIELLI, s'il y a des différences culturelles qui posent problèmes, il faut rapprocher les contextes et adopter le cadrage le plus large possible aussi appelé « cadrage panoramique ».

## 10) Reprise de chaque étape avec le(s) recadrage(s) éventuel(s) :

Les différentes étapes du SEDIAC forment un système (un ensemble structuré et organisé). L'idée c'est qu'après les recadrages nous puissions aboutir à cet ensemble cohérent.

Toujours dans cet esprit d'ensemble cohérent, un système global se subdivise en :

- Système des participants ou des acteurs
- - Système des interactions
- Système des communications

## **DEUXIÈME PARTIE : APPLICATION**

### **✚ ECOLE SUPERIEURE POLYTECHNIQUE D'ANTANANARIVO :**

Créé en 1973, l'École Supérieure Polytechnique d'Antananarivo (ESPA) est une institution publique basée à Vontovorona. À l'époque, les terres de ce dernier devaient revenir à d'autres établissements supérieurs techniques tels que l'Institut Universitaire de Technologie Industrielle (IUTI), l'École Nationale des Travaux Publics (ENTP), et l'Institut National de Télécommunications et des Postes (INTP). Actuellement

Vakinankaratra et Itasy sont aussi dotées de leur

École Supérieure Polytechnique il y a de cela quelques années. Le campus de l'institution se trouve depuis 1985 à 20 km de la capitale, Commune d'Alakamisy, District d'Atsimondrano, Région Analamanga. Toutefois, son Administration Centrale se trouve à Ambohitsaina Ankatso, en dessous de l'étage occupée par la Faculté de Médecine.

L'ESPA offre des formations en vue de devenir des Techniciens supérieurs (Licence), Ingénieurs (Master 2) et des Docteurs- ingénieurs. Il y a également l'offre formant en HDR (Habilitation à Diriger des Recherches) ainsi que celui constituant en une formation continue des enseignants. Ces différentes formations sont chacune regroupée en quatre pôles eux-mêmes subdivisés en seize mentions (système LMD).

Les Ingénieurs sortants de l'École sont regroupés autour de trois secteurs particuliers :

- Le secteur public qui demande un profil ayant de la rigueur sur le plan technique
- Le secteur privé (Bureaux d'Études, Entreprises de construction, Organismes internationaux) qui demande des ingénieurs spécialisés.
- Le secteur de ceux qui préfère travailler à leurs propres comptes qui demande un sens de l'entrepreneuriat élevé et une appropriation de la « culture d'entreprise »



Premier Partenaire des Professionnels

## À propos du JSESPA 2020 :

Comme le titre l'indique, l'événement aurait déjà dû avoir lieu en 2020 or étant donné, le contexte de pandémie du moment, les journées devaient être repoussées pour éviter l'apparition de nouveaux cas covid-19. Le confinement a été d'actualité si nous nous référons au mois de mars en 2020.

Un congrès ou conférence **scientifique** est un événement qui vise à rassembler des chercheurs et ingénieurs d'un domaine pour faire état de leurs avancées.

## JSESPA 2021 :

### 1) **Détermination des Enjeux :**

Rappelons que l'enjeu c'est ce qu'on risque de perdre ou qu'on a les chances de gagner.

Selon les enjeux de MUCCHIELLI :

- *Enjeu informatif :*

L'École l'a bien affirmé. Elle porte à la connaissance de tous qu'elle organise sa première édition des journées scientifiques à telles dates et surtout à Vontovorona. L'enjeu étant de faire connaître à chacun l'événement.

- *Enjeu identitaire :*

À travers l'événement et sa promotion, la question d'identité ne se discute pas. Tout est organisé afin que l'identité de l'École soit reconnue c'est-à-dire « École Supérieure Polytechnique ».

- *Enjeu normatif :*

De par les journées et des programmes y afférentes, ESPA met en avant les aspects normatifs en jeu : le protocole, le respect du programme, l'accueil des invités...

- *Enjeu d'influence :*

L'enjeu c'est que tous s'intéressent à l'ESPA et suffisamment pour participer à une prochaine édition de JSESPA.

- *Enjeu relationnel* :

Cette fois-ci, les enjeux ont été plus symboliques qu'opératoires. L'École a donné plus qu'elle n'en reçoit (moins frais d'inscription, cadeau de goodies...)

## 2) **Détermination des Objectifs** :

Nous allons d'abord recenser les objectifs selon les 6 fonctions de JAKOBSON puis en faire de même avec ceux de MUCCHIELLI. Tout d'abord, il faut savoir que les recherches exposées durant l'événement tournent autour de trois axes :

**Axe 1 : Industries, Innovation et Infrastructures** dont les sous-axes sont : les nouvelles technologies et l'informatique, la géophysique, le génie civil, le génie industriel, le management de la qualité industrielle.

**Axe 2 : Consommation et production responsables** dont les sous-axes sont : la science des matériaux, la géologie et les ressources minérales, les industries extractives, les industries de transformation, le génie des procédés chimiques, l'agroalimentaire, la gestion et le traitement des déchets, la fabrication des produits sains et les substances naturelles.

**Axe 3 : Eaux propres & Énergies Propres** dont les sous-axes sont : la gestion des eaux, l'hydrogéologie, l'hydrologie, le traitement des eaux, le génie énergétique, les énergies renouvelables et l'environnement.

- ✓ Les fonctions de JAKOBSON :

*La fonction expressive* : Le Directeur tire fierté de l'organisation et adresse des remerciements.

*La fonction impressive* : l'École encourage la recherche surtout relative aux ODD

*La fonction informative* :

*La fonction phatique* : nous avons des programmes et des indications préalablement communiqués aux participants.

*La fonction poétique* : un logo a été élaboré à l'occasion de l'événement

*La fonction métalinguistique* : les participants aux recherches sont dans l'optique d'être compris pendant leurs présentations.

✓ Selon les objectifs de MUCCHIELLI :

Les différents acteurs créent des liens, s'influencent et apprennent de nouvelles choses.

### 3) **Analyse de la situation de communication : Selon le modèle SPEAKING** :

#### Les Cadres :

Pour sa première édition, les journées scientifiques de l'ESPA ont été réalisées à Vontovorona les mercredi 10 et jeudi 11 mars 2021. Toutes deux commencent le matin à 8 heures et se termine vers 15 à 17 heures l'après-midi. Elles ont mobilisé tous les sites du campus et, pour précision, constitue un accès règlementé avec l'obligation de port de badge ainsi que les mesures sanitaires côté covid-19.

Le déroulement des journées risquait de se voir une seconde reportée à cause de la pandémie mais heureusement, on n'était pas en temps de confinement. Toujours dans le cadre physique et matériel, nous sommes en présence du domaine de l'enseignement donc du secteur communication d'institution.

#### Les Participants :

Sur les trois axes cités auparavant, nous pouvons compter en tout près de 290 personnes sans compter ceux extérieurs à l'organisation.

Les acteurs participent directement à l'évènement et opte pour des communications par groupe (un individu s'adressant à un groupe et vice versa) la plupart du temps. Ils sont donc en situation de présence les uns envers les autres. Des échanges sont retrouvés lors des débats donc communication réciproque. Les relations caractéristiquement sont neutres durant les interventions.

#### Les Finalités :

Vu que nous l'avons déjà explicité avec les fonctions de JAKOBSON, nous allons seulement voir les fonctions de VALIQUETTE après un récapitulatif.

L'objectif principal des journées scientifiques de l'ESPA est de promouvoir les résultats de recherche liés à l'attente des ODD (Objectifs de Développement Durable). Les journées ciblent principalement les étudiants, les doctorants, les enseignants, les chercheurs, les industriels, etc. et ambitionnent de réunir en un lieu les acteurs œuvrant dans le développement durable à Madagascar. Les objectifs spécifiques sont de :

- Vulgariser les produits des recherches entreprises
- Valoriser les travaux de recherches entrepris
- Renforcer les liens entre les chercheurs
- Sensibiliser les jeunes à s'investir dans la recherche
- Et renforcer la visibilité de l'ESPA, des Écoles doctorales, de l'Université, des établissements d'enseignement supérieur, des centres de recherche.

Selon VALIQUETTE :

La fonction transactionnelle, de transaction, renvoie aux communications à destination des autres que soi.

Fonction régulatoire : Une organisation sérieuse de l'événement est primordiale d'où la comité d'organisation et le comité scientifique. Cette dernière s'occupe des participants spécialement de leurs recherches.

Fonction persuasive : Les participants ici ont été tenus de respecter le thème et de mettre en avant les termes économique et soucieux de l'environnement dans leurs travaux.

 Les Actes :

✓ Préparations avant les JSESPA :

Les informations concernées se trouvent uniquement sur le site <https://jsespa2020.com/>.

Communications orales :

– Un résumé **en français et en anglais** à envoyer aux organisateurs avant le **31 août 2020 inclus**.

– **En cas d’acceptation**, un texte intégral en français ou en anglais à envoyer aux organisateurs avant le **30 novembre 2020 inclus**.

– Un texte intégral corrigé en français ou en anglais, en conformité aux remarques, observations et recommandations des relecteurs, à envoyer aux organisateurs avant le **21 février 2021 inclus**.

– Un fichier Powerpoint (maximum 15 slides) contenant la présentation orale en français du participant actif, à remettre aux organisateurs avant le **28 février 2021**.

### **Communication affichée ou poster**

– Un résumé **en français et en anglais** à envoyer aux organisateurs avant le **31 août 2020 inclus**.

– **En cas d’acceptation**, un texte intégral en français ou en anglais à envoyer aux organisateurs avant le **30 novembre 2020 inclus**.

-Un texte intégral corrigé en français ou en anglais, en conformité aux remarques, observations et recommandations des relecteurs, à envoyer aux organisateurs avant le **21 février 2021 inclus**.

-Un fichier PDF contenant le poster prêt à imprimer au format A0 (disposition portrait) à envoyer aux organisateurs avant le **28 février 2021**.

La participation aux Journées Scientifiques de l’ESPA est ouverte à tous. Toutefois, deux catégories de participants ont été définies pour des raisons d’organisation et de logistique :

– **les participants simples**

– **les participants actifs**

Les **participants simples** sont le grand public qui vient simplement assister aux expositions, aux conférences et aux communications. Les participants simples ne bénéficient pas des commodités offertes lors des journées scientifiques.

Les **participants actifs** sont ceux qui vont bénéficier des commodités offertes lors des journées scientifiques moyennant une contribution de 35 000 Ar/personne pour les

étudiants (inférieur aux niveaux Master et doctorant) et, 50.000Ar pour les chercheurs et autres (enseignants-chercheurs, chercheurs-enseignants, ...). Les communicants sont des participants actifs de fait. Ces commodités comprennent entre autres l'accès aux pauses café, aux déjeuners pendant toute la durée des journées scientifiques et l'octroi de kits.

**Pour devenir participant actif, l'inscription est OBLIGATOIRE et l'ouverture des inscriptions s'était faite le 17 octobre 2020.**

➤ **Les jours J :**

Les communications seront fortement ritualisées avec le respect des programmes et évidemment avec les présentations orales de chaque intervenant (introduction, développement et conclusion).

 **Les Tonalités :**

Les tonalités positives et neutres seront au rendez-vous. La première durant les pauses ou autres et la seconde en situation d'intervention orale c'est-à-dire durant les différentes communications.

 **Les Instruments :**

Ici, nous considérerons uniquement les participants.

*Le verbal et le non verbal :* il est normal que dans leurs débats, les participants vont simultanément employés les deux modes. D'ailleurs, 60 % de nos communications sont constitués par du non verbal.

L'écrit, en l'occurrence les recherches, ici va constituer un moyen de communication substitutif et par signes.

Le langage visuel est utilisé par le biais des posters, des slides, etc.

 **Les Normes :**

Les normes langagières : Dans le cadre d'enseignement supérieur, le langage utilisé sera naturellement d'ordre soutenu.

Les normes d'interprétation : à chaque intervention, les participants seront invités à s'exprimer sans faire de sens subjectif.

Les normes d'interaction : Comme ce qui a été mentionné concernant la contrainte des lieux avec le badge, les interactions feront uniquement entre ceux qui en portent.

#### Les Genres :

Tel que l'on avait dit, les participants sont sujets à des débats donc le genre sera argumentatif. Il peut également être explicatif ou analytique.

#### 4) **Construction du cadrage** :

Le cadrage ne pose pas problème avec l'établissement du programme par le comité d'organisation.

Respectivement, voici les programmes des deux journées scientifiques :

##### Le mercredi 10 mars 2021 :

**8h00 - 9h00** : Accueil des invités / Participants (Amphi II)

Enregistrement des participants (IAC Hall)

**9h00 - 10h00** : Cérémonie d'ouverture (Amphi II)

**10h00 - 10h30** : Cocktail d'ouverture (Amphi II)

**10h30 – 11h00** : Vernissage des communications affichées (IAC Hall)

**11h00 – 11h30** : Conférence Inaugurale (IAC Salle 1)

Pr Bienvenue Raheliarilalao

**11h 30 – 11h 45** : Keynote Speech 1 (IAC Salle 1)

Pr Jean-Claude Gatina

COMMUNICATIONS ORALES

**11h 45 – 12h00** : 1-O-007 : Synergie socio-écologique : gage des infrastructures résilientes aux stress environnementaux (IAC Salle 2)

MANANTSOA Clermond et al.

2-O-042 : Activités antispasmodiale et laxative des extraits de  
Graines d'Albizia bernieri (Fabaceae) (IAC Salle 2)  
RAKOTONANDRASANA Maminiana Famenontsoa et al

**12h00 – 12h15** : 1-O-005 : Potentialité des biocomposites à renfort fibres végétales  
à Madagascar (IAC Salle 1)

BINGUIRA Djack Kelly Henderson Wang et al.

2-O-050 : Etude de l'activité antidiabétique et antioxydant de  
Myrothamus moschatus (IAC Salle 2)

RAZAFIMAHATRATRA Jean Hugues A. et al.

**12h15 – 12h30** : 1-O-021 : Valorisation de matériaux naturels locaux dans les  
ciments/bétons pour un développement durable (IAC Salle 1)

Dr RAZAFITRIMO Veroniaina et al.

2-O-054 : Etudes phytochimiques et pharmacologiques de la plante  
Gymnosporia sp de la Famille des CELASTRACEAE (IAC Salle 2)

AUGUSTIN Soavina Silvère et al.

**12h30 – 12h45** : 1-O-015 : Approches neuronales pour la prédiction des réponses  
Statiques d'une poutre en flexion (IAC Salle 1)

RANDRIANARISOA Santatra Mitsinjo et al.

2-O-068 : Etude de l'activité analgésique centrale de Tithonia  
Diversifolia (IAC Salle 2)

MANJOVELO Sambany Christian et al.

**12h45 – 13h00** : 3-O-096 : Etude des comportements thermiques de revêtements  
Du sol exposé au rayonnement solaire (IAC Salle 1)

RANDRIAMANAMPISOA Pierre Bénilde et al.

2-O-047 : Formulation d'une soupe bio-fortifiée en Moringa  
Oleifera Lam. Destinée aux femmes enceintes (IAC Salle 2)

RATIARIMANANJATOVO Narindra et al.

**13h00 – 14h00** : Déjeuner (Poche Amphi I)

**14h00 – 15h15** : SESSION POSTERS (2mn/poster) (IAC Hall)

**15h15 – 15h30** : Keynote Speech 2.1 (IA Salle 1)

Dr HDR Laurent Thuriès

**15h30 – 15h45** : Keynote Speech 3.1 (IAC Salle 2)

Dr Fiona Bénard

**15h45 – 16h00** : Pause-café (IAC Hall)

**16h00 – 16h15** : COMMUNICATIONS ORALES

1-O-009 : Optimisation du routage en vue d'Implémentation

Efficace de la préemption (IAC Salle 1)

Dr ANDRIATAHINY RAKOTOMALALA Vololona Harinoro

2-O-045 : Etude du Mécanisme de Stabilisation des sols par

Quelques stabilisants naturels – Cas du purin de bœuf (IAC Salle 2)

RAMIANDRISOA Antsa Lalaina et al.

**16h15 – 16h30** : 1-O-006 : Etude numérique de la convection naturelle dans une

Cavité à paroi ondulée (IAC Salle 1)

DJAOMAZAVA Gwendoli et al.

2-O-053 : Gestion des Heimintbes digestives bovines par méthode

Laser dans la région Bongolava (IAC Salle 2)

RAZANANORO Erline et al.

**16h30 – 16h45** : 1-O-024 : Compensation statique de l'énergie réactive des réseaux

Électriques par un disositif FACTS (IAC Salle 1)

VELOTSANGANA Ndalana Davida et al.

2-O-030 : Refroidisseur en pot d'argile avec un système d'auto-

Arrosage écologique (IAC Salle 2)

ANDRIAMIHAJA Mialiniaina Nathalie

**16h45 – 17h00** : 1-O-012 : Réactualiser une recherche ancienne sur le stockage

Électrochimique à longue durée de vie (IAC Salle 1)

RAMINOSOA Andriany Lala

2-O-049 : Elaboration de liants géopolymères à base de verre et de Métakaolin (IAC Salle 2)

RAVELOMANANTSOA Serge et al.

Pour la journée du jeudi 11 mars 2021, le programme est le même qu'avec celui de la journée précédente sauf remplacement des participants par de nouveaux.

### 5) **Élaboration de la Communication** :

Après le cadrage, il s'agit maintenant de s'occuper des signes c'est-à-dire les Signifiés et les Signifiants.

Le thème durant l'événement était : « Ensemble face aux objectifs du développement durable ». Les communications élaborées doivent alors se rapporter au thème.

### 6) **Diffusion de la Communication** :

L'appel à communication a été réalisé à travers les deux types de supports :

Supports classiques :

- Affiches (modèle ci-dessous)
- Radio universitaire
- Journal de l'Université

**JOURNÉES SCIENTIFIQUES** Ecole Supérieure Polytechnique d'Antananarivo

ENSEMBLE FACE AUX OBJECTIFS DU DEVELOPPEMENT DURABLE

**Axe 1**  
Industries, Innovation, Infrastructures

**Axe 2**  
Consommation et production responsables

**Axe 3**  
Eaux propres & Energies Propres

**JOURNÉES SCIENTIFIQUES**  
ESPA 2020

**Communications scientifiques**  
**Exposition de posters scientifiques**  
**10-11 Mars 2021**  
**MARS 2021**  
**IAC VONTOVORONA**

UNUDI ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIEL  
USAID FROM THE AMERICAN PEOPLE  
POWER AFRICA FOR ECONOMIC TRANSFORMATION  
SOGEA SRTOM  
oti

Site web : <https://isespa2020.com/> - Mail : [scientifiques.espa@gmail.com](mailto:scientifiques.espa@gmail.com) - Tel : 034 14 725 80

Supports numériques :

- Facebook (ESPA groupe officiel et réseau ESPA)
- Messagerie Gmail : [scientifiques.espa@gmail.com](mailto:scientifiques.espa@gmail.com), [espa.tana@gmail.com](mailto:espa.tana@gmail.com)
- Site web : <https://isespa2020.com/>
- Téléphone : +261 34 25 977 52

Puisque tous ont droit à des goodies lors des JSESPA, à condition bien sûr de posséder un badge, ces goodies comportant la mention « Journées Scientifiques de l'Ecole Supérieure Polytechnique » deviennent par la suite outils de diffusion.

## 7) **Impacts/ Effets de la Communication :**

Il faut recenser toutes les communications pertinentes et cela passe d'abord par un processus de recueil et de sélection.

Il a été observé dès lors après examen, nombreux points intéressants

- Les participants ont proposé de nombreux thèmes variés et intéressants.
- Beaucoup de personnes ont participé à l'événement
- Les partenaires, les invités et le public étaient au rendez-vous

#### **8) Confrontation des résultats avec les Objectifs :**

La question ici est de savoir si les objectifs fixés dès le début rejoignent les résultats observés à la fin. Après confrontation, sur une prévision de soixantaine d'inscription pour les communications affichées, l'on s'est retrouvé avec plus d'une centaine. Du coup, l'on s'est beaucoup plaint de n'avoir pas assez de temps que ce soit les présentations pour les participants que les échanges pour le public.

#### **9) Recadrages :**

Personnellement, limiter le nombre d'inscription en surveillant régulièrement les chiffres serait adapté. Agir donc sur l'étape élaboration. Prolonger les journées d'une journée serait également une alternative sinon. Dans ce cas-ci, il faut revoir le cadre temporel.

## **CONCLUSION**

La réalisation de ce mini-mémoire a apporté beaucoup de précisions au niveau de la pratique de la stratégie qu'est le SEDIAC. Ce dernier présente réellement un approche scientifique face à une action de Communication.

Nous avons maintenant un outil adapté à n'importe quel domaine. En respecter les étapes est primordial pour ne pas se tromper dans notre analyse.

La réalisation de cet ouvrage démontre bien la partie « professionnalisante » de la formation au sein de STICOM.

## **BIBLIOGRAPHIE**

« Analyse transactionnelle » Eric Berne

« Des jeux et des hommes » Eric Berne

« Vers la compétence de communication » Dell H. HYMES, 1984

« Les Sciences de l'Information et de la Communication » Alex MUCCHIELLI

« Les fondamentaux en SIC » Elisa RAFITOSON et Jean Jules HARIJAONA

## **WÉBOGRAPHIE**

[www.biblio.univ-antananarivo.mg](http://www.biblio.univ-antananarivo.mg)

[www.polytechnique.mg](http://www.polytechnique.mg)

<https://jsespa2020.com/>