



****Invitation à participer au deuxième colloque international de l'école
doctorale: ****

****L'art de la persuasion: ses fondements et ses méthodes****

Sous la supervision du président de l'Université de Tunis, le professeur Slim Driss, et du doyen de la Faculté des Sciences Humaines et Sociales de Tunis, le professeur Sleh Eddine Ben Faraj, l'École doctorale "Structures, Systèmes, Modèles et Pratiques en Lettres et Sciences Humaines et Sociales", organise un colloque international intitulé:

"L'art de la persuasion: ses fondements et ses méthodes"

Les jeudi et vendredi 6 et 7 février 2025.

Les titres des interventions et leurs résumés doivent être envoyés à l'adresse suivante:

coledoctoralefshst@gmail.com avant le 20 Novembre 2024 au plus tard, et les interventions complètes doivent être envoyées avant le 20 Janvier 2025.

"L'art de la persuasion: ses fondements et ses méthodes"

Argumentaire:

Il est évident que les interlocuteurs, dans divers sujets et questions, défendent leurs opinions, consolident leurs thèses et idées pour convaincre les autres de leur validité.

De même, il est naturel que toute présentation d'une idée, d'une conception, d'une théorie ou même d'un produit ou d'une marchandise mise en avant cherche à influencer les récepteurs et à les convaincre de l'utilité de ce qui est présenté, voire de sa valeur et de sa nécessité dans de nombreux cas. Celui qui vise à atteindre le but ultime du discours, à savoir obtenir l'adhésion intellectuelle aux thèses proposées et incliner les cœurs à les croire et à les apprécier, doit recourir à diverses méthodes et techniques précises. Il est même attendu de lui qu'il s'appuie sur un ensemble d'arts qui lui permettent d'influencer le récepteur, qu'il soit individuel ou collectif, et de le convaincre du contenu du discours et de la validité de la thèse.

Ainsi, la persuasion semble être un concept simple en apparence, mais complexe et épineux dans son essence, car elle repose essentiellement sur la modification des orientations, des inclinations, des idées et des comportements. C'est une intersection intrigante entre le rationnel et logique d'une part, et l'émotionnel et séduisant d'autre part. Plus les méthodes et les arts de la persuasion sont divers, plus celui qui les émet adopte une stratégie particulière. Parfois, cela a un impact rationnel et logique sur les convictions et les idées en s'appuyant sur des preuves claires et des arguments raisonnables, et parfois, dans divers contextes et pour diverses raisons, cela devient des formes de subterfuge, de tromperie et de ruse, voire une forme de séduction et de soumission sans véritable conviction des positions et des idées.

La persuasion connaît aussi des degrés et des niveaux ; elle est parfois forte, parfois faible, avec des résultats qui varient entre un simple impact sur les autres et une

réfutation complète, amenant ainsi à une soumission totale. Dans tous les cas, l'objectif du discours reste de soumettre le récepteur et de l'amener à reconnaître la rationalité de son contenu, la valeur de ses thèses et la validité de ses idées. L'auteur du discours, pour atteindre cet objectif, prend en compte le cadre et le contexte, le type de public et ses conditions intellectuelles, sociales et économiques, voire ses traits et caractéristiques les plus précis.

C'est pourquoi les psychologues parlent de "compétences en persuasion", les sociologues de "culture du dialogue" et de "comportements persuasifs", et ceux qui s'intéressent à la rhétorique et à l'analyse du discours évoquent "l'argumentation". La persuasion a occupé une place éminente dans la philosophie, la théologie et la jurisprudence, ainsi que dans les sciences religieuses, tant à l'Est qu'à l'Ouest, dans l'Antiquité comme à nos jours. Les historiens et les géographes ont toujours eu besoin des arts de l'influence et de la persuasion. En outre, la persuasion a acquis une place importante dans les arts et les médias, où l'on parle désormais couramment de la persuasion par l'image, la musique et la beauté, avec diverses significations et objectifs. Dans tous les domaines que nous avons mentionnés, la persuasion repose sur des méthodes et des techniques, et conduit à des applications et des stratégies.

Pour toutes ces raisons, discuter de la persuasion, de ses fondements et de ses méthodes devient un sujet ouvert à toutes les disciplines scientifiques et aux divers domaines de la connaissance, ce qui nous place devant de nombreux axes de recherche que nous résumons comme suit:

- La persuasion: son concept et ses enjeux
- Les méthodes et les stratégies de la persuasion
- La persuasion dans sa relation avec les types de discours: est-elle unique ou multiple?
- La persuasion entre la force de l'argument et la force de l'évidence
- Le subterfuge et l'illusion dans le discours
- La réfutation entre le possible et l'impossible
- La persuasion dans les recherches scientifiques: compétences de structuration, d'organisation, de cohérence et de raisonnement
- Le dialogue comme comportement et la persuasion comme culture entre l'existant et l'aspiré
- La persuasion à l'ère de la numérisation

Présidente du comité d'organisation du colloque et directrice de l'École doctorale:

Professeure Samia Dridi

Coordinatrice du colloque: Professeure Soumaya Mestiri