

SOMMAIRE

- **Proposition** p. 2
Création d'un observatoire de la communication
 - **Mise en ligne** p. 2
Création d'un site qui comprend tous les n° de la revue TIS (+ index).
 - **Publications** p. 2
 - **Agenda** p. 2 & 3
- . 20 mai et 24 juin 2003
Visioconférence mensuelle
« Art&art ? »
mardi de 17h45 à 20h15
- . 6 juin 2003, Toulouse
Conférence de James R. Taylor
(Professeur Montréal)
- . 12 & 13 juin, Bordeaux
Colloque CEM-GREC/O
« Coexister dans les mondes organisationnels »
- . 28 juin au 2 juillet à Bucarest
1^{er} conférence internationale francophone en sciences de l'information et de la communication
- . 4 au 6 juillet, en Slovénie
BledCom' 2003
- . les 23 et 24 octobre 2003, à Paris,
Atelier semestriel org&co
- . les 18 et 19 mars 2004, à Avignon,
Atelier semestriel org&co en collaboration avec le groupe « médiations culturelles » de la SFSIC.
- **Compte-rendu** p. 3

EDITORIAL

Cher(e) collègue,

Suite à la réunion Org & Co du vendredi 7 mars, j'ai désormais l'honneur et le plaisir d'assurer l'animation de notre groupe d'études, en remplacement de Françoise Bernard, aujourd'hui présidente de la SFSIC que je tiens encore à remercier, au nom de tout le groupe, pour sa présence chaleureuse au sein de notre communauté et pour tout le travail accompli ces dernières années.

Je vais tenter de contribuer, à mon tour, au développement d'Org & Co et vous propose pour cela de développer particulièrement le travail à distance afin de prendre en compte les difficultés budgétaires actuelles et le manque de disponibilités de la plupart d'entre nous. Aussi serez-vous régulièrement informé de l'état d'avancement de nos activités par l'intermédiaire de ce bulletin d'information électronique. Par ailleurs, les mises en place d'un groupe de discussion et d'un site électroniques spécialisés en communication organisationnelle sont actuellement à l'étude. Ils devraient permettre de favoriser la publication d'articles scientifiques écrits par les membres du groupe et la circulation de l'information sur :

- les travaux en cours ou déjà réalisés : compte-rendus de recherche, résumés de thèse, d'HDR, de contrats de recherches, de publications, de colloques...
- les opportunités à saisir : appels à contribution (revues, colloques...), appels d'offres, contrats de recherche, liste des revues en communication organisationnelle et consignes de publication, etc.

Un tel projet ne peut toutefois se concrétiser et vivre que grâce aux contributions des uns et des autres.

Par ailleurs, la vocation de notre groupe étant de rassembler, au sein d'un réseau, des chercheurs (confirmés et débutants) en communication organisationnelle, il apparaît souhaitable de finaliser la cartographie des diverses recherches menées par chacun d'entre nous, d'ici le prochain congrès de notre société savante. Ce fascicule récapitulerait les divers chercheurs et équipes de recherches en communication organisationnelle, leurs laboratoires d'appartenance, les thématiques scientifiques développées... A ce propos, une liste de mots clés, qui ne préjuge pas de la scientificité des problématiques traitées, vous sera prochainement soumise afin de tenter de mieux cerner les contours de la recherche en communication organisationnelle. Vous pouvez d'ores et déjà formuler des propositions sur le contenu de cette liste... qui reste à élaborer.

Les personnes qui ne souhaitent pas faire partie de la liste de diffusion de ce bulletin sont priées de bien vouloir se manifester. Les autres sont chaleureusement invités à y apporter des informations ou faire des suggestions pour améliorer le fonctionnement de notre groupe. Les chercheurs intéressés mais absents de la liste de diffusion actuelle peuvent bien sûr se joindre à nous.

• **Proposition**

Jean-Antoine Corbalan (CERIC - Université Montpellier III) nous soumet l' « idée d'un groupe de recherche pour Org & Co : un observatoire de la "communication interne", au sens où ce vocable recouvre un secteur professionnel dans lequel nous envoyons des étudiants faire leur recherche, et chercher du travail.

Ce serait le lieu d'un double débat :

- entre nous, sur la base de recherches de terrain, par confrontation des approches, des méthodes, des théories, des problématiques, ...

- avec des professionnels de ce milieu. L'UJEF (union des journaux et journalistes d'entreprise de France) est d'accord pour faciliter de type de rencontres. L'AFCI (association française de com. interne) pourra suivre, via Nicole d'Almeida, intéressée par cette idée.

L'enjeu de cet observatoire serait celui d'une validation externe et d'une coopération interne. En externe, par le milieu professionnel. Je ne vois pas pourquoi seules les sciences de gestion auraient la légitimité pour parler avec les dircoms.

Pour nous, la confrontation au terrain serait un excellent contrepoint à nos débats quasi exclusivement théoriques.

J'attends de cette confrontation une meilleure articulation entre les chercheurs qui participeraient à cet observatoire. En ce qui me concerne, j'ai déjà commencé à travailler dans cette perspective. Je le renforcerai l'an prochain en orientant d'avantage les sujets de recherche de maîtrise, de mastère, et de thèses. »

Que tous ceux qui sont intéressés veuillent bien se manifester...

• **Mise en ligne**

Michel Durampart (Université Paris XIII) signale que les étudiants de la Licence professionnelle Animateurs de sites web de l'Université Paris 13 ont conçu un site « Cercle des revues disparues » qui comprend tous les numéros de la revue *TIS* (+ index). La mise en ligne de la revue *Culture technique* est à venir.

Contact : durampart@iutv.univ-paris13.fr,

• **Publications**

- p. 2 -

« L'esthétique des organisations : outil cognitif ou instrument managérial »

Le thème du numéro 17 de la revue *Recherches en communication*, qui vient de sortir, a pour but d'analyser les éléments formels ou sensibles dont

les organisations contemporaines s'entourent dans leur communications ou leurs actions.

www.comu.ucl.ac.be/recherche/rec/

• **Agenda**

. **20 mai et 24 juin 2003 - 14h – 16h30,**
Visioconférence mensuelle « Art&art ? »

mardi de 17h45 à 20h15

Art & @rt est un groupe de recherche de l'association *Carrefours télématiques* et du séminaire *Ecrit, image, oral et nouvelles technologies* de MC Vettraino-Soulard.

Les internautes intéressés peuvent assister par Internet aux conférences (www.artemis.jussieu.fr//conf/live.ram) le mardi de 17h45 à 20h15

Le 20 mai 2003 « *Du marché de l'art en France et aux Etats-Unis* » par M.Broutta, MC.Marsan, L.Cormery, D.Halle, L.Robinson

Le 24 juin 2003 « *Sauveg-art' der l'ART et l'@rt ? : collections, fondations, musées* » par J.Rellie, P.Clark, L.Cormery, A.Millet, M.d'Anastasio

. **6 juin 2003, Toulouse**

Intervention de James R. Taylor ((Professeur émérite, Université de Montréal, Département de Communication)

LERASS Toulouse, Equipe CHOCQ (Changement organisationnel, communication et qualité)

« **TIC et organisations apprenantes : enjeux de conception et d'implantation des TIC** » James Taylor est un chercheur de référence au Canada et plus largement en Amérique du Nord sur les questions de communication organisationnelle. Ses très nombreuses publications dans des revues de renommée internationale, notamment américaines, permettent de suivre l'élaboration d'un cadre d'analyse original explicitant en quoi la communication "produit" l'organisation.

Il conduit actuellement un programme de recherche en collaboration avec d'autres chercheurs de l'université de Montréal dont le terrain est un projet de système d'information intégré porté par le Ministère de l'intérieur en Nouvelle Zélande, projet dont l'échec est étudié au travers du corpus constitué des comptes rendus de réunions et entretiens d'experts.

Ce sont les premiers résultats de ce programme de recherche qui seront présentés et discutés lors du séminaire du 6 juin, en relation avec un

questionnement relatif aux organisations apprenantes. Ce programme de recherche présente de nombreux points communs avec un programme de recherche associant le LERASS, le LAAS et le CERTOP (Université du Mirail), dans le cadre du programme Société de l'information du département STIC du CNRS sur le thème : "Construction sociale de l'efficacité et processus de conception– appropriation : le cas de l'implantation de PGI", programme de recherche Apprentissage et Formalisation des Informations et des Connaissances dans les Organisations Professionnelles (AFICOP).

Les discutants de l'intervention de Jim Taylor seront J. Erschler, du LAAS, I. Bazet et G. de Terssac du CERTOP, et A. Mayère, du LERASS. Ce séminaire est ouvert aux équipes de recherche toulousaines travaillant sur ces questionnements, notamment au sein du pôle sciences humaines et sociales de l'UPS, le LGC, le GRESOC et le CERTOP à l'université du Mirail, le LEREP et le LIHRE à l'Université Toulouse 1, ainsi que le LAAPS, laboratoire de l'IAE, ainsi qu'aux chercheurs intéressés du LAAS et de l'IRIT. Il est également ouvert aux chercheurs d'autres laboratoires de sciences de l'information et de la communication

Merci de signaler votre venue à : mayer@lerass.iut-tlse3.fr

. 12 & 13 juin, Bordeaux

Colloque CEM-GREC/O « Coexister dans les mondes organisationnels »

Outre la participation de chercheurs nord-américains et africains, ce colloque comportera une table ronde sur la recherche en communication en Chine.

. 28 juin au 2 juillet à Bucarest

1^e conférence internationale francophone en sciences de l'information et de la communication
10^e colloque bilatéral franco-roumain,
28.06.03 au 02.07.03,

Table ronde: « *La communication des organisations: paysage des recherches dans l'espace francophone* », responsables F.Bernard, H.Alexis.

<http://site.voilà.fr/Bucarest.2003> ou www.sfsic.org

. 4 au 6 juillet, en Slovénie

BledCom 2003. 10th International Public relations research symposium, « Communication management, Public affairs and Public relations : building Trust and Equity »

BledCom is a traditional informal gathering of scholars and practitioners from all over the world who come together to explore and discuss on various themes and research in the field of public relations, public affairs, corporate communication, marketing communication and related disciplines. The main guidance of the symposium is a relaxing, pleasant and above all informal atmosphere where all the participants can engage in various discussions with their colleges who have similar interests, and of course also have fun together. When you come to Bled don't expect to find serious people all dressed up but you can count on meeting a bunch of people wearing casual cloths sharing their ideas and opinions, having fun.

www.bledcom.com

. les 23 et 24 octobre 2003, à Paris,

Atelier semestriel org&co, portant sur « *Les fondements de la communication organisationnelle dans une perspective historique et comparative* »

Ces journées d'études constitueront l'occasion de présenter un bilan des travaux déjà réalisés et devraient permettre d'ouvrir sur de nouvelles perspectives : J.L.Bouillon, S.Bourdin et C.Loneux sont chargés d'établir une première typologie des recherches en communication organisationnelle à partir des précédentes journées d'études et de nos travaux respectifs.

. les 18 et 19 mars 2004, à Avignon,

Atelier semestriel org&co en collaboration avec le groupe « médiations culturelles » de la SFSIC. « *La communication des organisations culturelles - Les organisations culturelles, une communication spécifique ?* »

La commission recherche de la SFISC, par l'intermédiaire de B.Dufrène, se propose d'organiser une journée d'études intergroupes avec le groupe d'études « Médiations et cultures », consacrée à cette question.

Les modalités seront précisées en octobre 2003, lors de l'atelier semestriel org&co,

• Compte-rendu

Table ronde francophone « Actualité de la communication des organisations en Europe et dans l'espace francophone » Barcelone juillet 2002

« Synthèse des travaux », par Catherine Loneux (Université Rennes II)

Il est peu de situations, dans l'histoire du groupe de recherche « org&co » de la SFSIC, où l'on a pu

voir se confronter au cours d'un colloque ou d'un congrès, des travaux émanant de plusieurs pays. Dans le cadre du congrès de l'AIERI consacré à la communication interculturelle, il nous a semblé intéressant d'essayer de nous ouvrir sur des environnements peu connus, afin d'explorer des territoires de recherche consacré à la communication organisationnelle.

L'objectif de la table ronde

Notre volonté a été de confronter des approches de recherche différentes dans le domaine de la communication des organisations, et de se situer dans une perspective globale pour comprendre à quoi correspond ce terme selon les perspectives des différents auteurs étrangers qui ont bien voulu rejoindre notre projet. Ainsi, Kwela Hermans (Écosse), Silvia Molinas (Mexique) et Roel Puijk (Norvège) ont choisi de rejoindre des chercheurs français, dont Françoise Bernard, Nicolas Pelissier ou Catherine Loneux, afin de débattre de questions d'organisation.

Comment établir des passerelles entre ces textes?

Comment établir un lien entre ces textes? Quelle unité problématique y déceler? Voici plusieurs thèmes qui nous semblent constituer des éléments possibles dans cette quête de cohérence.

1) L'organisation et la communication associées aux médias

L'organisation, dans ces différentes propositions étrangères, sera perçue ou comme entreprise, système de production (radio, audiovisuel, web) ou comme collectivité non marchande. L'organisation immatérielle est moins présente. Dans tous les textes en revanche, il apparaît que la communication est liée aux médias. Les problématiques sur les effets anthropologiques, sociaux et organisationnels des médias se sont largement développées dans ces contributions.

Manifestement, les médias stimulent les préoccupations des chercheurs, en France comme ailleurs, et les travaux qui leur sont consacrés sont en nombre: effets supposés ou limités des médias, internet et les mythologies qui lui sont liées, thématique du réseau comme métaphore du lien social, incidences sociales, culturelles et organisationnelles de la révolution informationnelle, etc.

Médias en ligne

N.Pelissier essaie de comprendre dans son analyse consacrée à la PQR en ligne et aux incidences de la mise en ligne sur le Web, l'émergence d'un genre informationnel bien spécifique : l'information territoriale en ligne (les webzines).

Médias comme une technologie s'inscrivant dans la société

Kwela Hermans examine la manière dont s'impose aujourd'hui à l'industrie de la musique internationale le piratage numérique de la musique pour adulte. Elle observe comment une technologie s'inscrit dans notre société, en s'attachant plus précisément au domaine de

l'édition sur internet, le copyright et les licences comme une problématique intéressant à la fois l'industrie de la musique et les chercheurs les médias de musique en lien. Ce travail se fait avec une théorie qui s'est développée à l'intérieur de la **sociologie des sciences et des techniques (sociologie de l'innovation)** à la fin des années 80, grâce aux travaux de Bruno Latour, Michel Callon et John Law. Celle-ci se centre sur la question de savoir comment des cadres hétérogènes d'interaction socio-technique deviennent stables, formant apparemment un bloc unique, à l'intérieur duquel ces cadres ne disparaissent pas, mais sont remplacés, selon John Law, par les actions, les techniques, les mécanismes qui semblent naturels et sont considérés comme acquis.

Au plan théorique, nous constatons que la question des médias est toujours pensée en lien avec le contexte social, et ainsi, l'on remarque que les imaginaires qui en émanent semblent dans ces cas influencer les chercheurs, et les choix de leurs axes de recherche. Toutefois, ceux-ci s'efforcent d'offrir une volonté de mise en perspective théorique.

2) Construire l'objet social en objet de recherche pour la communication organisationnelle

Mener des recherches sur les usages et les relations à la technologie oblige à construire l'objet comme objet de recherche et d'étude, en échappant aux effets de mode dans le choix de ces objets. Ainsi, on a pu repérer, au fil des interventions, et à travers la diversité des préoccupations, des disciplines et des recherches, des questionnements épistémologiques transversaux et omniprésents dans les recherches en communication organisationnelle (construction d'une légitimité, observation de recompositions professionnelles, par exemple).

Construction d'une légitimation

Silvia Molinas relie par exemple son enquête sur une radio, à des questionnements sur la construction, la légitimation et l'institutionnalisation des représentations sociales (l'autopoïèse chez Luhman), référence qui apparaît souvent dans les travaux identifiés en communication organisationnelle. Son objectif est de mettre en évidence qu'en communication « il existe une production de sens qui n'est pas la même chez ceux qui élaborent un programme que chez ceux qui le perçoivent, et montrer les aspects de la contingence inhérents à la communication et les effets inattendus de la projection de l'image que la France a d'elle-même, quand celle-ci est appréhendée depuis d'autres horizons socioculturels ». Son analyse se base sur la théorie des systèmes autoréférents et autopoïétiques de Niklas Luhmann, selon qui la communication n'est pas transmission, mais production de sens à l'intérieur d'un horizon d'improbabilités.

L'image que RFI cherche à projeter n'est pas « transmise » à son public. Elle ne représente qu'une proposition de sens que le public peut

prendre ou laisser, combiner et réduire ou enrichir.

Son questionnement renvoie à la réflexion plus générale sur la conception de l'image que les organisations essaient de projeter, « puisque cette image ne dépend pas uniquement de ce que ces organisations veulent faire connaître, mais aussi de la forme sous laquelle il est possible d'entrevoir une perspective de réussite basée sur le point de vue des « autres » et leur forme particulière pour sélectionner et reconnaître les valeurs ».

Nicolas Pelissier, lui, relie la société de l'information à une perspective épistémologique « orientée par la cybernétique et le constructivisme »... « l'information entretient avec le territoire des relations bijectives et rétroactives visant à son auto-régulation. Pour l'information qui s'y attache, le territoire est à la fois une donnée et une réalité construite, un *input* et un *output*, une ressource et une production, un objet et un projet ». D'un côté, l'information emmaillote le territoire, l'ausculte, s'en nourrit et le digère; de l'autre, le territoire co-produit et façonne dans la durée l'information qui en est issue. L'information met en valeur, "vend" le territoire, auprès de ses habitants comme ceux vivant dans d'autres territoires. Le territoire représente ainsi, pour reprendre la distinction effectuée par Patrick Charaudeau, une source de *crédibilité* (constitution d'une opinion publique) et un instrument de *captation* (élargissement et fidélisation de l'audience).

Pour créer ces nouveaux territoires, les journaux ont des stratégies: ils ont délibérément choisi cette voie offensive de conquête de nouveaux territoires. En France, *Le Télégramme de Brest* avec son réseau Vivalaville.com (implanté en Bretagne, mais aussi en Lorraine ou Alsace) et *Ouest-France* avec Maville.com (très présent dans le Sud-Est grâce à un partenariat avec le groupe SPIR, spécialisé dans les petites annonces). Il examine aussi l'emprise croissante des stratégies de organisations marchandes sur l'information territoriale proposées par les sites internet dits "de proximité".

Autant de préoccupations qui sont présentes dans les écrits en communication organisationnelle.

Recompositions professionnelles, re-engineering globalisation des marchés et internationalisation des organisations

Roël Puijk s'exprime lui sur la question de la dérégulation en Norvège et aux Pays-Bas, « pour identifier ses facteurs et ses acteurs, au plan interne comme externe » et se pencher sur « le rôle de la télévision en matière de globalisation de la culture ». Cela peut être compris, nous dit-il pour les Pays-Bas, comme une volonté de manager et « d'installer au plan pratique les premières phases de la modernité dans une société pluraliste », des années 30 aux années 60.

Kwela Hermanns se préoccupe aussi de cette question de l'organisation internationale des

médias, et plus précisément du renforcement des droits de propriété intellectuelle qui a suscité controverse et critique. Elle propose d'examiner « l'exploitation capitaliste des marchés musique émergents qui proposent de nouvelles « organisations géographiques » pour les copyrights, souvent criblées par le piratage exercé par certaines entreprises productrices de son ». Son analyse dans une perspective inspirée de la théorie post-structuraliste, qui mettra l'accent sur la soit-disant loi nommée « *law of the excluded middle* ». Cela « servira ici à éclairer les problèmes inhérents à la question de la propriété intellectuelle dans les systèmes occidentaux d'exploitation de la musique, et à réfléchir aux artefacts « legal / illégal », « domaine privé / domaine public » comme à des catégories apparemment stables et autonomes ». Elle cherche, pour résumer, à analyser les interactions entre les différentes résistances à « l'installation contemporaine des droits de propriété intellectuelle ».

Ces considérations sur le marchand, le non marchand, l'espace public et l'espace privé, la mondialisation et le devenir des grandes entreprises, qui possèdent les différentes chaînes de télévision dans un grand nombre de pays différents, ces préoccupations sur l'uniformisation des paysages télévisés en Europe, sur la chute du monopole étatique depuis 1981, et toute les études sur les systèmes audiovisuels transformés dans leur fonctionnement par la série de dérégulation qui frappe les médias en Europe, tout ceci nous rappelle les travaux d'Armand Mattelart ou de Michael Palmer (MATTELART et PALMER, 1991) consacrés à ce sujet d'un point de vue historique de la communication. Ils nous font penser aussi à ceux de Bernard Floris (FLORIS, 1994) ou Thomas Heller (HELLER, 1998) ou Catherine Loneux (LONEUX, 1998), lorsqu'ils évoquent les thèmes de la dérégulation et de la marchandisation de l'espace public ou de la culture en particulier.

On rejoint ainsi les analyses sur certains processus de recomposition dans les organisations: Recomposition des professionalismismes qui résultent et impulsent l'évolution des organisations de presse, recomposition des équipes de travail, les nouvelles modalités de collaboration, etc. Autant de thèmes qui intéressent des chercheurs en communication des organisations, tels que Michel Durampart (DURAMPART, 2000), ou Yves Thépaut, qui repense la configuration des activités et des entreprises (THEPAUT, 1998).

3) La dimension interculturelle prise comme synonyme de comparaison entre les individus et leurs cultures (cultures de réception, culture politique, etc.)

Roël Puijk établit une comparaison des systèmes de production audiovisuelle dans les Pays nordiques et en comparaison avec ce qui se passe en France. « Cela fait 20 ans que le monopole a été abandonné en Norvège, et 10 ans que c'est le cas pour les Pays-Bas. A de multiples égards, les deux systèmes ont fini par se ressembler -le

capitalisme commercial global a pénétré le secteur de la télévision, et les deux pays ont aujourd'hui un système dual. »

Silvia Molinas, elle, évoque les relations entre la radio Radio France Internationale et ses publics francophones. Le sujet de son article concerne les similitudes et différences entre : a) l'image de la France et les valeurs qu'elle diffuse délibérément dans le programme et la manière française de présenter les informations sur les événements marquant du monde et b) la perception du public qui écoute RFI dans la ville de Mexico. Elle pense qu'il existe, dans le public mexicain, une tournure interprétative conditionnée par son propre horizon culturel, la conjoncture et l'orientation professionnelle, en plus des questions d'idiosyncrasie.

De plus, à l'intérieur de la théorie des systèmes autoréférents et autopoïétiques, chaque système traite la communication d'une manière autoréférentielle : il la conforme à son propre code et fait le lien avec l'information qu'il possède déjà, réalisant des sélections à partir de références qui peuvent dériver de propositions culturelles préférentielles et de critères personnels (goûts, sympathie, aversions, expériences passées, circonstances personnelles et conjonctures).

Cet aspect de son travail peut être relié aux problématiques de réception des publics.

Nicolas Pelissier quant à lui ouvre ses recherches consacrées aux médias locaux et aux modes de représentation, sur la Roumanie. Il centre son attention sur les territoires du local, ceux auxquels s'adresse et dont s'inspire l'information dite "de proximité". Lui aussi va consacrer un espace de son travail à la réception de ces médias de proximité. Sa question centrale est: L'information territoriale à l'heure d'Internet : quels projets de participation pour les citoyens ?

L'interculturel dans cette perspective de proximité et de réception des publics, rejoint la problématique de recherche de l'individu, présente en communication organisationnelle: « penser la trilogie individu-organisation-communication », écrit Françoise Bernard (BERNARD, 2000).

Conclusion

Les manières de concevoir le terrain, la recherche, l'analyse montrent chaque fois une préoccupation forte pour la construction d'observations à partir d'un corpus véritable, d'un terrain très bien délimité, et de matériaux théoriques inspirés des sciences humaines et sociales.

BIBLIOGRAPHIE

BERNARD Fr., « Le lien communicationnel en organisation », in *Sciences de la société*, n°51, Toulouse, Lerass, 2000, pp 25 à 46.

DURAMPART M., « L'information au service de la régulation: les enjeux d'une nouvelle évaluation des activités du secteur hospitalier dans les pratiques et l'activité », pp. 95 à 113, in

Delcambre P., dir., 2000, Communications organisationnelles - objets, pratiques, dispositifs, Rennes, éd. PUR.

FLORIS B., «Les ingénieurs du sens », in *Sciences de la société*, n°32, Toulouse, Lerass, 1994, pp. 53-69.

HELLER Th., « Le chercheur face à la communication d'entreprise », pp. 9 à 12, in Le Moëne Ch., dir., 1998, *Communication d'entreprises et d'organisations*, Rennes, éd. PUR.

LONEUX C., « La recomposition des acteurs du jeu publicitaire - Les années 80 et 90 », thèse de doctorat, Université Rennes 2, dir. Ar. Mattelart, janvier 1998.

MATTELART Ar. & PALMER M., «Advertising in Europe / Promises, Pressures and Pitfalls », pp. 535-556, in *Medias, Culture et Society*, n°4, London, Sage Publications, oct 1991.

THEPAUT Y., « Réseaux informatiques et développement des téléservices: quelle reconfiguration des entreprises? », pp. 141-146, in Guéguen N. et Tobin L., 1998, Communication, société et internet, GRESICO, Paris, éd. L'Harmattan.