



Société française
des sciences de l'information
et de la communication



- Appel à débats et réactions, p.2

- *Relations publiques versus publicité : quelques réflexions.*
Par Adela Rogojinaru
- *Réflexions en communication organisationnelle à partir du livre «Technologie invisible» de Michel Berry, 1983*
Par Béatrice Vacher

- Agenda manifestations à venir p.8

- Prochaines réunions du groupe Org&Co, 25-26 janvier 2007, au CELSA
. Colloque international, 1-2 juin, Bucarest

- Compte rendu p.11

Assemblée Générale EUPRERA, Carlisle, 9 septembre 2006

- Appels à contributions p.11

- Publications p.18

- Programme détaillé

Journées d'études «Recherche Action en communication Organisationnelle » p.22

- Fiche d'identification p.23

Chère collègue, cher collègue,

Succédant à Christian le Moëne (1994-1999) et à Françoise Bernard (1999-2003), j'ai l'honneur et le plaisir d'assurer l'animation du groupe Org&Co depuis bientôt 4 ans (7 mars 2003).

Aussi, est-il temps à présent pour moi de passer la main, afin que le dynamisme que cette charge impose ne s'estompe dans la durée et que des idées nouvelles émergent et profitent au fonctionnement de notre groupe.

Convaincue de l'apport d'échanges réguliers, tant sur la réflexion du chercheur que [sur] son intégration au sein d'un réseau structuré, et *in fine* sur la production scientifique elle-même, j'ai tenté de développer à mon tour les activités collectives au sein d'Org & Co. Outre les rencontres périodiques, limitées par le manque de disponibilités de chacun et certaines difficultés budgétaires, le groupe s'est ainsi doté d'un site Internet (www.orgnet.fr), qui vient d'être modernisé, et d'un bulletin de liaison bimestriel électronique diffusé à l'ensemble de la communauté (la liste de diffusion comprend actuellement plus de 200 noms de chercheurs de 8 pays différents). Ces différents supports, permettent d'informer sur les travaux de recherche en cours, au fur et à mesure de leurs avancées, favorise l'émergence d'une culture commune et contribuent même parfois à de la coproduction scientifique quand des idées complémentaires sont mises en commun.

Je vous propose d'organiser l'élection du prochain animateur lors de nos journées de fin janvier, et déclare d'ores et déjà ouvert l'appel à candidatures. J'invite les collègues intéressés à se manifester, par une éventuelle profession de foi que je m'empresserai de diffuser.

Vous trouverez le programme (pages 22 à 24) de ces journées d'étude dans le présent numéro (cf également modalités d'organisation page 8). Celles-ci s'avèrent d'ores et déjà prometteuses compte tenu du nombre élevé de contributions reçues.

A vos agendas !
Bien cordialement,
Arlette Bouzon

Pour appel à réactions et débats

- Relations publiques versus publicité – quelques réflexions.

Par Adela -Luminita Rogojinaru
Université de Bucarest, Roumanie

En ce qui concerne les produits publicitaires, nous assistons à une évolution exceptionnelle de la société contemporaine. Ici, en Roumanie, comme ailleurs, on se prend à ce jeu, on finit par y croire. Pourtant, le marché se spécialise de plus en plus non seulement dans le domaine des médias, mais surtout dans la définition des stratégies communicationnelles. L'utilisation des médias reste le royaume de la publicité. Lorsque celle-ci s'avère moins efficace, on peut nommer le cas de perte de réputation, les entreprises font recours aux exercices des Relations Publiques (RP). Il est attesté que les deux domaines sont différents pourtant.

Pourquoi les relations publiques ne portent-elles sur les mêmes valeurs que la publicité? Tout en parlant d'un objet commun de recherche – il s'agit de *l'opinion publique* - les deux domaines construisent leur discours à partir des agendas différentes. L'objet d'une science des RP conçoit l'opinion publique sur trois dimensions :

- Expression publique des intérêts privés (la dimension corporative);
- Expression des groupes représentatifs sur les intérêts de la cité (la dimension politique);
- Expression des médias et de la publicité sur les thèmes publics (*public issues*)= news/nouvelles, colportage des nouvelles (la dimension médiatique); v. J-N. Kapferer- *Les Chemins de la persuasion*.

Les RP sont par conséquent une pratique institutionnelle destinée à gérer la réputation/ le renom (*engl. corporate reputation*). Elles se définissent souvent comme une fonction du management se proposant de maintenir une relation bilatérale, active et symétrique entre l'organisation et ses publics. Les définitions anglo-saxonnes font des précisions sur les RP du point de vue de management. Elles sont une fonction de management, articulée sur les relations entre une organisation déterminée et ses publics. Autres définitions parlent de la propagande ou des propagandes, des cultures de médias et de l'impact des nouvelles technologies. Il est clair que, en dehors de l'organisation, il n'y a pas vraiment une raison d'existence pour les RP. Parfois on s'appuie sur la communication politique ou la construction d'images. Au sein du Département de la Communication et des RP de la Faculté des Lettres de l'Université de Bucarest, les RP sont fondées sur un champ interdisciplinaire, tenant compte de la diversité des approches linguistiques et communicationnelle développés par le champ philologiques, mais aussi de la filière

sociologique des études sur la communication de masse.

Et si d'une part la publicité a sa puissance particulière, due à l'usage extensif des médias, dans la mesure d'autre part ou les médias même se comportent d'une manière assez imprévisible, il est évident que la publicité seule ne peut pas engendrer un espace public équilibré de point de vue communication. Le marché publicitaire reste toujours en pleine expansion en Roumanie. Par contre, les RP dans leur sens stratégique sont moins visibles: les entreprises, surtout celles de taille petite ou moyenne, préfèrent d'investissements modestes dans les RP d'événement ou des BTL (*below the line*, à voir les activités de promotion et de marketing direct). Même que tout le monde soit d'accord sur la définition des RP comme fonction de management, la consultation stratégique est assez limitée, sauf la gestion de la crise corporative, qui reste une des menaces la plus fréquente de compagnies contemporaine de grande taille. Il est évident que les RP s'arrogent la communication de la crise, dont les solutions sont moins gérables dans le champ publicitaire.

A cela se rattache l'ambiguïté des pratiques en ce qui concerne l'utilisation des termes *promouvoir* et *informer*, qui en fait doivent marquer une séparation assez nette des pratiques publicitaires et pratiques de type support/conseil ou destinées à soutenir les intérêts exprimés dans la sphère publique. C'est sur ce besoin de préciser la position du récepteur que jouent les RP. Et qu'est-ce qu'il veut, le récepteur: d'une part, l'audience publicitaire veut qu'on vende, on influence à la limite de manipulation, on devienne l'esclave des médias; au contraire, le public des RP attend qu'on pratique l'accord social, on fasse confiance aux groupes d'intérêt et on accepte le partage d'expériences communes.

Plus que la publicité, une autre pratique s'avère encore plus puissante: il s'agit de la propagande. Tout en contestant le passé totalitaire en Roumanie, la propagande continue d'être évoquée, analysée, interprétée, identifiée parmi les plus fortes pouvoirs de la sphère publique. D'ailleurs, on parle moins de la publicité, et beaucoup plus de la culture des médias, ce que révèle une nouvelle idéologie du récepteur contemporain. Dans le titre même de cet article, nous avons intentionné un jeu prépositionnel en latin entre *versus* et *adversus* (contre). En fait, les RP ne s'opposent pas à la publicité, au contraire, sous l'impact des TIC, elles se dirigent vers la publicité, parfois vers la propagande, en perdant leur caractère de dialogue, de débat et de raisonnement public. A l'extérieur, les RP se voient plutôt comme un champ plein de tensions et attentes, qu'on utilise de moins en moins dans son autonomie et de plus en plus pour entamer les emplois publicitaires.

Pour tenter de comprendre la dynamique des RP dans un espace publicitaire abusif, nous avons choisi de formuler quelques remarques sur l'articulation des pratiques de la communication publique, illustré par l'exemple roumain. Le

sens de rapport entre RP et la publicité est donc, comme la préposition latine versus l'indique, un sens de déplacement horizontal. Il est généré d'une part, par la tendance du marché de construire les RP avec des moyens publicitaires, voire de vente directe (en termes de marketing). Les médias d'autre part, surtout la télévision, exercent une influence considérable sur l'emploi de temps libre des citoyens roumains, surtout dans les milieux urbains. Quant à la culture des media, on se rend compte que les accents mis sur le showbiz conservent des limites importantes dans la construction de la communication publique dans le sens de mot anglais *newsworthy* dans l'espace public roumain. La communauté des spécialistes ne se sont pas mis d'accord sur le profile du marché des RP en Roumanie. Les travaux théoriques font peu d'effort pour articuler une position sur les mécanismes de la production des RP. Au contraire, s'adressant aux techniciens de la communication, les spécialistes s'adressent en fait aux pratiques médiatiques. Il va de soi que ce traitement renforce le statut de la publicité face aux RP.

Evidemment, ce serait une erreur d'oublier le caractère global (internationale) et interculturel d'un tel marché. Pourtant, les stratégies sont profondément influencées par les pratiques de la culture du pays, des diverses régions et niveaux locaux. C'est ainsi que la valeur ajoutée des RP devienne visible. Des que les approches se transforment, prennent une tournure culturelle, ils permettent que les gens s'approprient l'usage de la communication publique d'une façon plus personnelle. Ce qui compte, c'est la formation d'un public actif qui donne expression à sa participation communautaire. C'est seulement envers ce public que les RP peuvent s'exercer, et non pas sur l'audience de masse. Il faut en effet que tels publics fonctionnent comme des « communautés de décision », qu'ils aient leur fonction de cohésion sociale, que des liaisons et des réseaux soient établies au niveau de cette communauté. Ces publics générateurs d'opinion, dans le sens de Jürgen Habermas, ne sont pas très bien mis en valeur par les pratiques des RP en Roumanie. Remarquons d'ailleurs un état de suspicion parmi les employeurs du marché roumain, quelle que soit leur origine ou culture, qui empêche l'accès normal aux informations corporatives. Leur justification correspond, en partie tout au moins, au caractère exclusif des informations. Mais, en réalité, on se heurt à la mentalité de non transparence de la part d'entreprises privées et publiques, à un refus de se laisser examiner et mises en question.

Est-ce qu'on peut parler d'un tel exercice d'appropriation communicationnelle? Le type de consommation en Roumanie après les années '90 nous a permis une définition de la capacité des réponses du récepteur. L'infidélité du consommateur roumain est évidente. C'est le signe de la consommation d'ostentation. Pour le fidéliser, il faut bâtir sur l'image de marque, et l'image de marque se transmet d'une façon plus commerciale via publicité. Au début des années '90, le consommateur roumain se méfiait de la publicité tout en restant séduit par la consommation de

masse. Aujourd'hui, les grandes entreprises recourent déjà aux investigations sur les valeurs de la consommation de niche et le style de vie du consommateur. On est plus à l'écoute du client, et la publicité même est devenue impérative pour l'orientation de l'échange commerciale.

Le déplacement de la pratique des RP vers la publicité s'établit surtout à cause de la confusion entre *communication* en tant que *processus* et le *message*, en tant que *contenu* de la communication. C'est une réduction métonymique, à cause de la quelle tout processus communicationnel tourne autour de la formulation créative d'un contenu, et d'un message qui devient le thème central de la campagne publicitaire, voire le slogan. Dans la mesure où les RP finissent par se comporter en simple administrateur des messages, quelle que soit leur position institutionnelle, elles tendent à affaiblir leur capacité de cristallisation de l'opinion publique – un processus qui porte sur la formation du consensus social.

Alors on arrive à constater que la pratique des RP s'éloigne du sens théorique du terme. L'enseignement académique de la discipline continue à considérer la pratique des RP comme une expérience de communication intégrée et globale, lorsqu'elle construit, en réalité, une pratique sectorielle, créant plutôt un puzzle informationnel en guise de consultation publique.

Pourquoi l'espace publicitaire se reconstruit-il à l'intérieur des relations publiques? D'abord, ce déplacement provient de l'histoire des RP, une discipline que naît de la publicité et des institutions médiatique, la presse en première place. On sait, en outre, que la publicité comporte encore un sens d'expression libre des idées et des opinions des citoyens. Ces remarques nous conduisent donc à la constatation que l'opinion est libre dans la mesure où la publicité est libre. De plus, l'éducation même du consommateur accompagne les voies de l'éducation pour la publicité, ainsi qu'on puisse parler d'une nouvelle alphabétisation ou *literacy* publicitaire.

Enfin, qu'est que c'est que les RP? Les définitions anglo-saxonnes font des précisions sur les RP du point de vue de management. Elles sont une fonction de management, articulée sur les relations entre une organisation déterminée et ses publics. Autres définitions parlent de la propagande ou des propagandes, des cultures de médias et de l'impact des nouvelles technologies. Il est clair que, en dehors de l'organisation, il n'y a pas vraiment une raison d'existence pour les RP. Parfois on s'appuie sur la communication politique ou la construction d'images. Au sein du Département de la Communication et des RP de la Faculté des Lettres de l'Université de Bucarest, les RP sont fondées sur un champ interdisciplinaire, tenant compte de la diversité des approches linguistiques et communicationnelle développés par le champ philologiques, mais aussi de la filière sociologique des études sur la communication de masse.

- REFLEXIONS EN COMMUNICATION
ORGANISATIONNELLE A PARTIR DE « UNE
TECHNOLOGIE INVISIBLE ? » DE MICHEL BERRY,
1983

Par Béatrice Vacher

Ce petit ouvrage est d'une actualité brûlante pour la communication organisationnelle. Rédigé il y a plus de vingt ans à partir des travaux des premiers chercheurs du Centre de Recherche en Gestion, « Une technologie invisible » est facile d'accès, aux deux sens du terme : on le télécharge du site Internet du CRG et c'est un petit bijou d'écriture. Je souhaite participer à sa (re)découverte et l'actualiser en rappelant que la gestion telle qu'elle est nommée ici correspond à l'ensemble des questions de management dont font parties l'information et la communication.

L'ouvrage pose des questions fondamentales pour les organisations : les outils de gestion sont-ils de discrets auxiliaires au service du pouvoir ou au contraire « des éléments décisifs de la structuration du réel, engendrant des choix et des comportements échappant aux prises des hommes » (p.1) ? La réponse est nette : « C'est l'intendance qui commande et non les volontés » (ibid). Il ne s'agit pas d'un travail disciplinaire : il incite à porter son regard sur la vie quotidienne des organisations au-delà des volontés affichées. Interactions et artefacts sont au cœur de l'analyse. Dans mon travail de recherche, je retrouve les contradictions que révèle ce livre et je cherche à comprendre ce qu'elles signifient. Mes questions portent sur les dispositifs et le travail d'information et de communication généralement laissés dans l'ombre car censés fonctionner sans vague. Je retrouve les mêmes invariants : poids de l'intendance, tentative de réduction de la complexité, automatismes de décision, ambiguïté de la vigilance, régulation sociale et justifications sur la cohérence de l'ensemble.

Qu'est-ce qu'un instrument de gestion et quel rôle remplit-il ? A la fois matériel et symbolique, il peut être un simple indicateur, un modèle, un logiciel ou encore une procédure imposant des règles. Il fait partie de la panoplie des dirigeants sous le terme de tableaux de bord signifiant leur fonction de pilotage de l'organisation. Il est censé être soumis à la volonté du management comme un auxiliaire discret, un serviteur docile et fidèle. Au contraire, ce rapport montre que ces instruments structurent les situations et engendrent des comportements échappant à la volonté des hommes comme orienter l'organisation vers une direction que tout le monde réprouve.

La question devient alors : pourquoi ignorer les lois imposées par les instruments de gestion alors même que l'on affiche un grand respect pour celles de matière (notamment en contexte industriel) ? Il s'agit bien d'une technologie invisible « dont les effets nocifs sont d'autant plus implacables qu'on la laisse jouer dans l'ombre » (p. 5).

Pour répondre à cette question majeure, l'analyse des rôles des outils de gestion est développée selon quatre axes : réduction de la complexité, automatisme de comportement,

rationalité globale vs locale et poids des rapports sociaux. Une explication selon quatre dimensions (la matière, les personnes, les normes institutionnelles et les normes culturelles) permet de saisir les possibilités d'évolution des points de vue et de penser les changements organisationnels à travers ceux des instruments.

En premier lieu, toute situation organisationnelle est trop complexe pour être appréhendée vite par les seuls humains. Les phénomènes sont décrits le plus simplement possible pour en faciliter le jugement et cela engendre des rationalités autonomes d'apparence aberrantes pour un observateur extérieur (il s'agit par exemple de répondre à l'injonction de l'indicateur plutôt que de s'adapter à l'évolution de l'environnement). De plus, chaque unité de l'organisation possède ses propres indicateurs dont la cohérence d'ensemble est impossible : dans l'organisation, il n'existe pas de rationalité universelle mais « une juxtaposition de logiques locales engagées dans une incessante confrontation » (p. 6). Enfin, les instruments de gestion imposent des arbitrages entre les forces sociales sans pour autant être perçus comme tels : s'ils ne sont plus opérants, ils libèrent les rapports de force mais ne sont l'objet d'aucune analyse, ce qui engendre un « dialogue de sourd » peu efficace pour sortir de la crise. « Ils sont maintenus en place par des forces considérables [...] : la propriété de la matière, les normes institutionnelles, les normes culturelles et les caractéristiques des personnes » (p. 7). La crise intervient lorsqu'il y a décalage entre les contraintes imposées par ces quatre forces. L'organisation désigne alors un bouc émissaire à moins qu'elle ne mette en chantier une réforme à travers laquelle, paradoxalement, elle cherchera à mettre en œuvre un nouveau modèle universel tout en insistant sur l'originalité de son cas. En revanche, le regard critique n'est pratiquement jamais porté sur l'instrumentation de gestion, on en sous-estime l'impact : ce serait accepter son influence sur les comportements humains au détriment de la volonté. Le personnel d'exécution semble pourtant conscient de cette influence mais s'en arrange localement, ce qui lui permet de préserver une zone de liberté (Crozier, 1963) « au prix éventuellement de pratiques plus ou moins clandestines » (p. 8). Les responsables quant à eux ne sont pas sollicités pour revoir les outils de gestion mais pour résoudre des situations problématiques, ils ne perçoivent pas les « déterminismes qui pèsent sur les affaires courantes » (ibid), ils n'ont ni le temps ni les enjeux pour « peser sur leur emprise » (ibid).

L'instrument de gestion n'est perçu que comme un outil au service de l'action. Un peu comme le document. Deux technologies invisibles par le rôle structurant qu'elles jouent dans le quotidien des collectifs sans qu'on veuille le prendre en compte. Il ne s'agit pas de la question du déterminisme technologique qui imposerait un usage, on voit bien la part de liberté que s'octroient toujours les personnes dans leurs usages. Le rôle que jouent les systèmes d'information des années 80 ou les TIC aujourd'hui est intéressant à cet égard : cela révèle souvent une question sourde que l'on aurait pu soulever par l'analyse de l'outil de gestion ou du document. La technique pose des questions là où il n'y avait que des

évidences : une certaine nouveauté mais surtout un certain prestige incite à ce questionnement. Prestige que ne possèdent historiquement ni les instruments de gestion, ni le document. S'intéresser plutôt au document aujourd'hui pour penser le collectif de travail c'est marquer l'importance de l'écrit au travail. Elargissement de la portée des procédures, multiplication de contrôle où on espère trouver la trace exacte de l'action passée, le tout censé rendu possible par les TIC. Le travail documentaire se complexifie, touche à peu près tout le monde dans les organisations et non seulement ses spécialistes historiques (secrétaires ou documentalistes) dont le métier se transforme en relation avec celui des autres. L'entrée par le petit bout de la lorgnette qu'est le document ou l'instrument de gestion est un point de vue encore trop rare malgré sa fécondité. Voilà ce qui a peu changé depuis « Une technologie invisible » et nous incite à réinterroger les raisons pour lesquelles on ne encore trop souvent « qu'en première approximation, c'est l'intendance qui commande » (p. 9). Cela permet pourtant d'en « déjouer les pièges » (ibid) en s'intéressant aux instruments ou aux documents plus qu'aux volontés affichées.

Un point de vue idéal est celui fourni par la recherche de type clinique. Les interventions sont possibles parce que l'organisation vit une crise particulière (il est rare de faire intervenir un tiers lorsque tout va bien). Cela peut induire un biais (ne voir que la maladie de l'organisation) mais reste une excellente voie d'accès à la compréhension du fonctionnement de l'organisation (un chercheur ne reste jamais bien longtemps focalisé sur le seul symptôme douloureux pour lequel il intervient). Le travail consiste à fournir un diagnostic approfondi, au centre duquel se trouve le rôle des outils de gestion (ou plus généralement du document), pour favoriser une collaboration avec les praticiens vers une solution sur mesure.

1 – la réduction de la complexité : les abrégés du bon et du vrai

En situation de gestion (Girin, 1990) complexe, faute de temps, les jugements et les choix se fondent sur des abrégés. Les abrégés du vrai se résument à quelques chiffres simples (PIB, ratios comptables, matrices, nombres de procédures remplies, etc.) et les abrégés du bon « s'énoncent souvent de façon lapidaire » (p. 12) comme par exemple avoir une croissance à 2% pour un pays européen, se débarrasser des « poids morts » ou recentrer l'activité de l'entreprise sur son cœur de compétences stratégiques. Cela permet au décideur de se fixer rapidement une opinion et de justifier plus facilement ses choix. Il s'agit d'une nécessité pour l'organisation et non d'une vertu d'efficacité. En effet, la simplicité de ces abrégés aux hypothèses implicites réductrices ne rend pas compte de la complexité du réel et pousse à des choix inopportuns si aucune analyse des hypothèses au cas par cas n'est effectuée. La définition de ces abrégés n'est pas libre mais contrainte par l'histoire et la culture de l'organisation, par les institutions extérieures ou encore des idées largement admises (phénomène de mimétisme, voir Jeunemaître et Dumez). « Innover suppose

de prendre des distances par rapport à cet institué et aux commodités qu'il offre » (p. 14), c'est déjà en prendre conscience. Modifier les instruments de gestion passe par la compréhension de la façon dont sont constitués ces abrégés, dont ils interagissent et évoluent.

2 – Automatismes de comportement : soumission aux critères de jugement

Une personne agit le plus souvent en fonction des critères sur lesquels il se sent jugé (Berry, Moisdon, Riveline, 1979). Dans le cadre d'une organisation qui privilégie les indicateurs synthétiques, des personnalités très différentes font ainsi logiquement des choix identiques, ce qui peut produire des aberrations au niveau global. Michel Berry reprend l'exemple des acheteurs d'une grande entreprise française étudié par Gérard de Pouvoirville (1981) : soumis à un objectif de dérive des prix très précis malgré les aléas du marché, les acheteurs réussissaient à le respecter grâce à une gymnastique assez simple mais ayant pour conséquence désastreuse d'augmenter les coûts globaux d'achat de 15%. Ils achetaient à un prix élevé les nouvelles pièces (non comprises dans le calcul de l'indice des prix) pour négocier une faible augmentation des pièces anciennes. Ils choisissaient plusieurs fournisseurs dont les écarts de prix pouvaient être de 30% pour moduler la part de chacun en court d'année. Les chefs de service, même s'ils finissaient par connaître ces pratiques, n'avaient pas intérêt à modifier les objectifs des acheteurs dans la mesure où eux-mêmes étaient jugés sur l'agrégation de ces objectifs. La direction n'a pas pu accepter cette explication qui lui semblait dénigrer la fonction achat de son entreprise et sa propre intelligence puisque c'est elle qui fixe les objectifs. Elle ne pouvait pas admettre que son personnel ait un comportement uniforme sous l'emprise d'un chiffre (l'abrégé du vrai qui correspond ici à l'objectif de dérive des prix) combiné à une logique simple (l'abrégé du bon qui consiste à respecter l'objectif et donc à optimiser le paramètre selon lequel on est jugé). Elle a préféré (dans un courrier joint en annexe de l'ouvrage) poser la question de la malhonnêteté ou de l'ignorance des uns (ses acheteurs) et des autres (les chercheurs). Pourtant, ce type de comportement mécanique est très général même si le paramètre numérique laisse place à des instruments d'analyse plus sophistiqués (comptes rendus formatés, procédures, formulaires, etc., où l'on retrouve le rôle du document). La tentative d'objectivation du réel ne laisse pas parler les faits élémentaires (certes plus complexes) et « masque la réalité qu'ils [ces instruments] sont censés décrire » (p. 22), elle devient un enjeu plus important que de rendre compte de la réalité. Changer le formatage ou l'outil de gestion, c'est prendre beaucoup de temps pour un résultat incertain, même si ceux qui tentent de s'y atteler ont la légitimité suffisante (en terme de compétence reconnue ou de position hiérarchique), ce qui est rare étant donné le peu d'intérêt qu'on porte à cette intendance et le peu de moyen que l'on met en oeuvre pour en comprendre le fonctionnement. Si un acheteur par exemple, veut effectuer ses choix de façon plus rationnelle, il est vite remis dans le

rang puisqu'il est mal jugé, ne respectant pas son objectif. Tout semble fonctionner parfaitement jusqu'à la faillite. Jacques Girin propose alors de parler de « machine de gestion » (voir aussi les incunables du CRG) en référence à l'opposition que fait K. Marx entre outil et machine technique. L'outil est caractérisé par sa souplesse et sa disponibilité ainsi que sa spécialisation qui permet à l'artisan d'en changer en fonction de l'usage qu'il en a. La machine, elle, doit être rentabilisée : il faut standardiser, simplifier, se soumettre à son rythme. Ce sont les personnes alors qui deviennent interchangeables. On change en revanche une machine en dernier recours, c'est lourd et coûteux. En matière d'organisation des affaires, notamment avec les ordinateurs en réseau, et malgré les discours sur les souplesses correspondantes, on observe à quel point l'analogie fonctionne : les ERP actuels en sont une illustration exemplaire. Un bon informaticien sait traiter a priori tous les problèmes avec son outil mais c'est oublier les contraintes de délais, de coûts et de complexité qui incitent à préférer les données facilement disponibles et d'apparence universelle : « Il arrive que plus aucune vigilance ne s'exerce sur la fiabilité des données introduites dans le système et sur la pertinence des traitements qu'elles subissent » (p. 27). On peut difficilement résumer mieux les dangers de la technique considérée comme simple outil. Quand de plus on sait à quel point elle a besoin de transparence et de clarté pour fonctionner alors qu'une organisation ne tourne sans trop de heurts qu'avec un minimum de flou et d'opacité, on comprend mieux les décalages entre les vœux formulés à propos des TIC et leur réalité prosaïque.

3 – La rationalité éclatée : local et global inconciliables, les vertus du flou...

La conception largement partagée de l'économie classique suppose qu'une rationalité supérieure préside à la bonne marche des affaires : agréger des coûts de production et des recettes de ventes doit permettre par exemple de réconcilier les intérêts des producteurs et des commerciaux en référence à la notion de profit. De même, l'intérêt général est censé fédérer l'ensemble des efforts de chaque réforme administrative. Pourtant, en pratique, ce sont des outils de contrôle et d'évaluation spécifiques qui sont mis en place et « poussent les agents à se conformer à des logiques locales et à exacerber leurs divergences » (p. 30). Les pratiques des métiers diffèrent au point parfois de s'opposer (le commerçant par exemple aura tendance à proposer les produits les plus adaptés à son client alors que le fabricant cherchera à les standardiser pour planifier au mieux sa production) et les critères de jugement exacerbent ces contradictions (juger un vendeur sur son chiffre d'affaires et un producteur sur son coût de revient). Il n'est pas possible de trouver des moyens simples de contrôle croisé, « les conflits sont inscrits dans les structures de l'organisation et ses procédures » (ibid). Le conflit ne résulte donc pas d'un manque de rationalité, au contraire. Comment se fait-il alors que les conflits ne soient pas permanents ?

Comme James G. March, Michel Berry observe les vertus du gaspillage et du flou sur l'information. J. March parle de slack organisationnel, le mou, le « en-trop », la marge de manoeuvre qui permet que les rouages ne grincent pas trop, puisque c'est aux interfaces que se produisent les conflits dans les organisations. Nous avons transposé le terme à l'information et à la communication quand elles jouent ce rôle apaisant par leur redondance appropriée aux situations (Mayère & Vacher, 2005). Entre le commerçant, le client et le fabricant par exemple, la paix résulte de ce que chacun prévoit une certaine marge de sécurité sans toutefois en révéler la teneur aux autres. Un certain flou sur l'information associé à un excédent de moyen permet ainsi de désamorcer une situation conflictuelle. C'est la zone d'incertitude qu'a mis en valeur Michel Crozier qui laisse une marge de liberté aux acteurs quel que soit la tentative de rationalisation de l'organisation. En période de crise économique où le maître mot est la lutte contre le gaspillage, il s'agit de bien faire la part entre l'excédent de moyen indispensable au fonctionnement de l'organisation et le superflu. Qu'est par exemple un stock d'en-cours ? De l'argent qui dort (pour le financier) ou un moyen de production permettant d'absorber les à coups (pour l'atelier) ? Réduire totalement les stocks peut mener à la catastrophe (si on privilégie le point de vue financier) mais mener une gestion fine des stocks est extrêmement complexe. Il n'existe pas de bonne gestion : les acteurs de l'entreprise sont autant d'« observateurs différents qui portent des jugements différents et il n'existe pas de critère irréfutable qui concilie leurs points de vue » (p. 35). Il est seulement possible d'accepter des « compromis entre des exigences contradictoires » (Ibid). Cela pose explicitement la question du long terme : un compromis ne s'atteint que pour une durée limitée...

4 – Instruments de gestion et rapports sociaux : peut-on en changer ?

Les instruments de gestion dépassent généralement leur vocation technique pour cristalliser des rapports de force, ils ont également une valeur institutionnelle. Le plus souvent, l'accent est mis sur le rôle officiel (technique) de l'instrument et voile ainsi celui de régulateur social. Un règlement de sécurité par exemple permet d'assurer la sécurité, il suffirait de le suivre. Il arrive pourtant que sa pertinence soit contestable ou que son suivi rentre en contradiction avec d'autres règlements tout aussi importants, au moins localement. L'arbitrage hiérarchique ou le marchandage rentrent alors en ligne de compte et remettent en cause son respect. La recherche de fautif en cas de crise ne résout aucunement la question. L'instrument ne remplit donc pas (plus) toujours son rôle régulateur et laisse se développer des conflits dont personne ne comprend très bien les enjeux à moins qu'apparaissent des « désaccords constructifs » (p. 45), à savoir tirer partie d'une réforme pour revoir les croyances de chaque univers de référence (ou logique locale).

Les quatre forces qui maintiennent en place un instrument de gestion

L'auteur propose quatre dimensions d'analyse des points d'ancrage des outils de gestion et une hypothèse :

- La matière : que mesure-t-on ? Avec quelle fidélité ?
- Les normes institutionnelles : ou contraintes formelles imposées par les règlements en vigueur,
- La culture : ce sont les évidences qui s'imposent sans être explicitées,
- Les personnes : formation, habitudes, etc.

Lorsque ces quatre dimensions sont en cohérence, il est pratiquement impossible de changer d'outil de gestion. Cela ne signifie pas qu'il y ait une logique globale : il peut y avoir cohérence par juxtaposition de logiques locales étanches. Seul un observateur motivé peut remarquer le peu de logique globale et proposer éventuellement une réforme. Il risque alors d'échouer dans sa quête comme ce fut le cas pour les chercheurs sur l'exemple des achats cité plus haut. En revanche, la cohérence est rarement durable puisque chacune des dimensions est amenée à bouger et ce, à des rythmes différents. L'incohérence est une situation où au moins une personne est soumise à au moins deux jugements contradictoires. Cela ne veut pour autant pas dire que l'on pense à remettre en cause les instruments de gestion. L'habitude est bien souvent prise d'incriminer plutôt les personnes. Pour dépasser cette solution « chirurgicale » (p. 55), il faut une certaine mémoire, au moins une pérennisation des personnes en place.

Effets de mode et expertise externe

La réforme intervient pourtant mais elle est souvent vécue « comme un grand tremblement de terre dont les effets, parfois aléatoires, sont craints de tous » (p. 56). Il y a eu depuis quelques changements, au moins dans la manière de traiter le changement. Il est en effet de plus en plus pensé comme permanent ce qui facilite les micro-réformes. Mais la suite reste d'actualité : une réforme importante fait encore souvent intervenir un expert extérieur auquel il est demandé à la fois de tenir compte du caractère unique de la situation et de trouver des nouveaux outils éprouvés. Contradiction ? En effet, le métier de conseil fait encore très souvent intervenir des jeunes qui n'ont ni la sérénité ni l'expérience suffisantes pour avancer des solutions originales et les faire accepter. L'auteur présente ici l'approche clinique du CRG qui consiste à prendre son temps pour analyser les quatre dimensions et réfuter les idées toutes faites. Cela est possible par l'implication des membres de l'organisation (grâce à un comité de pilotage du changement par exemple) qui inventent et portent eux-mêmes le changement. Cela suppose alors pour les dirigeants d'assumer l'angoisse du choix difficile, angoisse qui disparaît si on utilise une méthode soi-disant universelle. Pourquoi de telles difficultés que l'on retrouve encore actuellement ? C'est bien toujours le peu d'attention que l'on porte aux instruments de gestion malgré la structuration des comportements qu'ils génèrent.

Une technologie invisible

De grandes idées qu'il suffirait d'appliquer avec volonté explique en partie l'occultation de ces phénomènes récurrents et quotidiens qu'imposent les instruments de gestion : « Ces volontés, ces grandes idées, butent souvent sur de petits détails obscurs... L'intendance résiste et fait échec à bien des grands desseins » (p. 62). Les dirigeants sont d'ailleurs jugés sur leur capacité à prendre des initiatives, pas sur celle qui consiste à faire émerger des solutions de bon sens de la base. Il est culturellement inconcevable de croire aux mécanismes de gestion : serions-nous des automates ? Peut-on ainsi contrevenir au bien global de l'organisation alors même qu'on obéit aux critères sur lesquels on croit être jugé ? Il est plus facile de considérer qu'il y a mauvaise intention, voire machiavélisme, dans un dysfonctionnement plutôt que mécanisme. Le personnel qui ressent un malaise dans une application mécanique de la norme n'a pas la légitimité pour en faire part et tente plutôt de s'en accommoder. Il peut considérer qu'il s'agit d'arbitrage hiérarchique dont il ne possède pas les clés ou bien il craint, parfois à raison, de ne pas être écouté. L'outil le plus sommaire est souvent le plus rassurant pour tout le monde : il fait écran aux pratiques de la base tout en rendant les bons indicateurs à la hiérarchie, comme c'est le cas des acheteurs (ce qui est aussi par exemple le cas du contrôle qualité EDF que nous avons longuement étudié entre 1992 et 1996).

En revanche, approfondir le savoir sur les questions d'intendance est d'une grande fécondité (voir les travaux récents qui découlent d'une approche située et notamment avec les agencements organisationnels) mais cela nécessite une énergie importante et surtout remet en cause l'idéal de la solution globale parfaite selon une rationalité posée a priori. Si les économistes eux-mêmes, à la suite d'H. Simon, ne raisonnent plus selon cette logique en théorie, on l'observe encore beaucoup dans la pratique. La vue du haut reste encore considérée comme la meilleure, elle est globale (cf. quelques chercheurs en sciences humaines qui prônent encore cette vision). Ce faisant elle occulte le détail, réduit le réel et le schématise. Comment prendre en compte ce réel sans se noyer dans le détail ? On parle aujourd'hui du modèle du champignon (Engeström, 2005). Mais ce petit livre donne pourtant déjà une clé relativement simple même si elle remet en cause des habitudes culturelles : s'interroger sur l'origine et la cohérence des règles ouvre les possibilités de les modifier ou non. Les approches contemporaines qui associent attention sur les interactions des personnes au travail et sur le rôle des objets intermédiaires dont font parties les règles apportent également des éléments de réponse (Borzeix & Fraenkel, 2001 ; Vacher, 2004). A ce titre, « Une technologie invisible » est bien un précurseur de ce type d'approches. D'ailleurs les sociologues ne s'y trompent pas qui reprennent à leur compte ces analyses pour les exploiter sur de nouveaux cas d'organisation.

Mais, « l'horreur du flou et la fascination pour le pouvoir visible sont deux traits fondamentaux de la culture française : il semblerait que les jardins à la française et la société de cour marquent encore profondément notre imaginaire

collectif » (p. 79). Qu'en est-il aujourd'hui ? Michel Berry prévoyait alors de profonds bouleversements pour les organisations : des mutations importantes avec une conception d'une autre époque. Ceci expliquerait nos difficultés à innover concrètement malgré les grands discours politiques ? Comment réussir à porter un regard critique non pas sur des intentions affichées mais sur les procédures concrètement mises en œuvre ? C'est savoir inventer des dispositifs contingents à chaque cas particulier, ce qui signifie développer un savoir sur la technologie invisible.

Agenda

Org&Co

- Perspectives des travaux du groupe.

> *Colloque en communication organisationnelle à Bucarest*

Fondements de la communication des organisations : tendances actuelles.

Date : 1-2 Juin 2007

**Faculte de Lettres, Edgar Quinet
Universite de Bucarest**

Le colloque sur la communication organisationnelle aura lieu comme convenu début juin à Bucarest où nous pourrons retrouver nos collègues adhérents à l'ECREA, « Section for Organizational and Strategic Communication », récemment créée et nos collègues roumains (cf bulletins précédents). Ces derniers, qui ont pris l'initiative de cette manifestation, nous invitent à y participer afin de nourrir le débat épistémologique dans une perspective internationale ; l'objectif étant de susciter une réflexion sur les pratiques scientifiques existant dans chacun des pays représentés. Nous pourrons ainsi confronter les travaux de « public relations » aux nôtres.

Le comité scientifique international est en cours de constitution. L'appel à contributions, actuellement en cours de finalisation, vous est communiqué ci-dessous pour information. Vous serez tenu au courant des échéances et de la teneur de l'appel définitif en temps utile.

« Dans le cadre de ce colloque portant sur les approches internationales, nous tenterons d'appréhender les fondements de la communication organisationnelle, et de cerner les thèmes de recherche et les entrées conceptuelles qui sont utilisées par les chercheurs de différents pays... afin de mieux comprendre les processus communicationnels des organisations et en leur sein, contribuant ainsi à la

conceptualisation de la place et du rôle de la communication dans la construction sociale des organisations.

Interrogeant à l'origine les pratiques, politiques et stratégies de communication mises en œuvre au sein des organisations au cours des années 80, les travaux français relatifs à la « communication organisationnelle » se sont multipliés depuis une quinzaine d'années, au travers de nombreuses journées d'études, colloques et ouvrages.

Nous avons déjà participé à un certain nombre de rencontres qui nous ont permis de confronter et de mutualiser les méthodes d'investigation, les outils de description et les ressources conceptuelles, si bien que le champ de recherche qui s'est constitué à la croisée de questionnements (sur les politiques de communication et leurs effets attendus ou non, les processus de communication observés au niveau des collectifs de travail ou l'analyse des relations interpersonnelles au travail, avec co-construction de sens dans les interactions) est devenu le lieu d'articulation d'un certain nombre de perspectives maintenant connues et qu'il nous faut capitaliser.

Nous possédons en effet un certain nombre de contributions (journées, colloques, articles et ouvrages) qui, bien que présentant quelques points communs, sont également très différentes entre elles tant en raison de la variété de nos itinéraires de chercheurs que des ressources conceptuelles mobilisées, des méthodes mises en œuvre ou des rapports au travail empirique. Les concepts retenus par exemple dans nos travaux (normes, règles, conventions, dispositifs) sont des termes polysémiques, pouvant être qualifiés de nomades (au sens de Stengers). Ils ont migré d'un champ scientifique à l'autre, chacun de ces derniers ayant contribué à les définir et que nous tentons de les redéfinir à notre tour. Les méthodologies utilisées varient également selon les auteurs, quelques papiers seulement y font référence, les uns préconisant l'analyse de contenu, les autres privilégiant l'observation et les entretiens ou des méthodes fondées notamment sur la sémiologie.

Nous pouvons toutefois identifier, et ce malgré ces différences bien réelles, quelques convergences tendanciennes dont nous essayerons de donner une formulation synthétique.

Ces problématiques communicationnelles qui semblent se dégager mobilisent une multiplicité de paradigmes, de références théoriques et de méthodes et ne sont donc pas dotées d'une grande homogénéité. Nous nous trouvons ainsi à l'intersection de deux ou plusieurs domaines spécialisés. Cette « marginalité » se révélera-t-elle créatrice et source d'innovation au sein des Sciences de l'information et de la communication comme dans les autres sciences sociales ? Encore faut-il être vigilant lors du transfert de ces concepts et de leur importation en SIC... et permettre que nos recherches soient compatibles et autorisent confrontations fructueuses et fertilisations croisées.

De nombreux auteurs mobilisent et croisent des concepts importés de nombreuses sciences humaines et sociales pour bâtir leurs approches. C'est entre autres le cas de la sociologie, de l'économie hétérodoxe, des sciences de gestion, de la psychologie et la psychosociologie, ou encore de la linguistique. Mais quelle est la nature, quels sont les contours, les références théoriques, qui caractérisent ces emprunts ? En quoi les références mobilisées dans les travaux en communication organisationnelle sont-elles « communicationnelles » ? En quoi contribuent-elles à la construction d'approches communicationnelles des organisations qui soient spécifiques ? Quelle est la place réservée aux sciences de l'information et de la communication ?

Les articles proposés interrogeront donc les emprunts conceptuels qui permettent de mieux comprendre les organisations à partir des phénomènes communicationnels. Il s'agira de faire émerger différentes acceptions de la notion de communication organisationnelle, et de mettre en évidence leurs fondements conceptuels.

Chacun d'entre eux présentera l'état de la recherche en communication organisationnelle dans son pays ou l'un de ses aspects, en développant ses problématiques, méthodologie et/ou principaux résultats. La confrontation des expériences vécues et des travaux menés, qui permettra sans doute la mise en évidence d'un certain nombre de dimensions constantes, vise à susciter une réflexion sur les pratiques scientifiques et les conditions de la recherche correspondante dans chacun des pays concernés. »

Pour la coordination et le contact, Adela Rogojinaru adelarogojinaru@yahoo.com, et Arlette Bouzon

> Congrès IAERI, 2007

Le prochain colloque IAERI (27^{ème}) aura lieu du 23 au 28 juillet 2007, à Paris. Le thème de la conférence sera prochainement défini.

Quelques chercheurs du groupe se sont d'ores et déjà montrés intéressés par renouveler l'expérience de 2004 (table ronde sur « la communication des organisations et les TICs ») qui avait donné lieu à un ouvrage chez Octares, en 2005.

En conséquence, les membres du groupe Org&Co qui souhaiteraient constituer une table ronde similaire à celle de Barcelone (2002), et Porto Alegre (2004), sont priés de se faire connaître et de proposer un projet de thème scientifique.

S'il y a suffisamment de chercheurs mobilisés, un projet de table ronde pourra être élaboré collectivement qui sera ensuite transmis aux organisateurs. Les propositions doivent impérativement parvenir d'ici le 7 janvier 2007.

<http://www.iamcr.net/>

- Journées d'étude « Méthodologies en communication organisationnelle » jeudi 25 et vendredi 26 janvier 2007, au CELSA (92 Neuilly/Seine, métro Pont de Levallois)

Coordination : Arlette Bouzon et Vincent Meyer

Compte tenu du succès des journées de mai 2005, portant sur « méthodes et méthodologies », le groupe organise une prochaine rencontre sur ce thème en janvier 2007 également sur deux jours, sur la base de l'appel à communications déjà lancé (cf. ci-dessous appel). La date d'envoi des propositions des contributions a été fixée au 24 novembre. De nombreuses propositions de communication ont été reçues (une trentaine).

Le CELSA nous ayant proposé une salle, nous aurons le plaisir de nous retrouver dans leurs locaux, à Neuilly/Seine (Métro Pont de Levallois). Qu'il soit ici remercié.

L'objectif de ces deux journées d'étude est de poursuivre le recensement des méthodes et techniques de recueil des données en communication organisationnelle et, plus largement, au sein des sciences de l'information et de la communication. Dans ces dernières, la demande d'un savoir centré et spécifié aux besoins des professionnels existe et grandit. Aussi traiterons-nous, dans cette seconde édition, des méthodes et méthodologies mises en œuvre dans la recherche-action (RA). Celle-ci est souvent conçue comme une démarche permettant de faire participer à l'analyse savante et/ou à l'évaluation de leurs résultats les membres d'une organisation donnée. Elle permet aussi de développer des stratégies visant à soutenir – sous l'angle communicationnel – des professionnels dans le développement de leur métier ou de leurs formes organisationnelles. En effet, dans de nombreux champs d'application des pratiques d'information et de communication (e.g. l'intervention sociale, la médiation, la prévention des risques, le management...), les praticiens sont à la recherche d'un discours garant de l'acte et dans une demande de connaissance immédiatement opérationnalisable. De fait, la RA reste un dispositif essentiel pour développer des synergies entre : la recherche académique, la recherche appliquée liée à une demande sociale ; les interventions expertes des chercheurs et les connaissances produites dans l'acte par des praticiens de terrain.

Différentes formes de contributions seront présentées, de façon à donner une vision aussi complète que possible du front de la recherche et permettre ainsi à chacun de trouver sa place. Le programme retenu (page 21) propose une plénière portant sur des questions vives et des ateliers dans lesquels seront discutés des résultats récents et inédits ou présentant des regards croisés de chercheurs (et/ou d'équipes) d'horizons différents sur des thèmes identifiés au

préalable. Chaque contribution donnera lieu à 15-20 minutes d'exposé (maximum) et sera suivie de 10 minutes de débat.

Si vous souhaitez y participer, vous êtes invité à vous manifester auprès de l'un des animateurs, Vincent Meyer ou Arlette Bouzon, ou encore en utilisant la liste de diffusion. Le montant de la participation sera fixé dès que possible.

Comme pour les journées « méthodes et méthodologies » de 2005, nous prévoyons la publication d'un ouvrage collectif. À l'issue de la manifestation, les communicant(e)s retenu(e)s s'engagent à fournir un texte (entre 20 000 et 30 000 signes) pour 30 mars 2007. Celui-ci sera soumis à un comité de lecture, puis aux referees de l'éditeur, comme pour les journées précédentes. La volonté du comité de pilotage est à la fois d'améliorer qualitativement les échanges scientifiques et de s'appuyer sur les outils de travail actuels. Pour faciliter l'évaluation des contributions et éviter les interprétations erronées, les auteurs devront indiquer le domaine abordé et les cinq mots-clés qui caractérisent le sujet traité.

**- Le management pour des économies durables.
"Inscrire ses activités dans la durée"
15 & 16 décembre 2006
I.S.S.G. TUNISIE**

Les organisations sont restées liées contextuellement à leur lieu géographique ; les territoires sont aménagés alors que les techniques se globalisent. Ainsi les opportunités du numérique ont aujourd'hui largement facilité les pratiques de délocalisation et d'aménagement de frontières sous la forme de Call Center, Dot Com, Portail, Plate - forme, réseaux collaboratifs, Site Web,.... Ces formes s'inscrivent désormais durablement dans les pratiques managériales.

Les technologies du numérique transforment en effet la relation à l'espace et au temps. Des tâches nouvelles de gestion sont assurées en des lieux dissociés des événements durables (pollution, biodiversité, valorisation des déchets, commerce équitable,...). Les technologies de l'information sont aujourd'hui assez mûres pour que l'on entrevoit une baisse durable des coûts de transaction à l'échelle de la planète. La baisse significative des coûts d'investissement rend l'intégration possible des pays en développement. Ce constat s'accompagne pour l'entreprise d'une amélioration significative des techniques de visibilité sur Internet, de la crédibilité accrue des portails de commerce et d'une sécurité mieux encadrée des données qui transitent par le Net. Désormais, la PME, voir la TPE peuvent en profiter sans appréhender les économies d'échelle mais en optant pour les économies de temps.

Immergés dans le virtuel, les réseaux de savoirs et de connaissances sont orientés vers l'action à distance. Les trajectoires d'insertion du numérique sont de plus en plus nombreuses à privilégier les communautés de pratiques, les consommateurs et le partage des compétences. Les technologies se présentent alors comme des technologies de support à la reconquête des territoires. Elles impactent la conduite des processus solidaires et favorisent l'émergence de nouvelles entreprises. Comment l'entreprise en ligne peut-elle appréhender la désertification, la rareté de la ressource, ... ?

Au sein des organisations, le maillage concurrence les formes horizontales et verticales. La réorganisation remplace la désorganisation annoncée car la réseautique a dépassé le simple stade de l'expérimentation pour proposer des solutions durables dans la reconquête des marchés, des filières de valorisation et plus largement des technologies environnementales. Sommes nous toujours dans des économies de transition ou préparons nous durablement le développement ?

Au niveau des organisations, il s'agit d'explicitier les outils de gestion qui participent au management durable. Indicateurs de contrôle, tableaux de bords et chaînes de décision prennent-ils en compte ces nouvelles formes d'aménagement du territoire ? Le financement durable est-il en mesure de déboucher sur un business durable ? L'audit environnemental est-il intégré à l'audit du système de gestion ? Les transformations managériales sont nombreuses car Internet dissémine les acteurs et recompose les organisations à taille humaine.

La communication est également profondément affectée dans les techniques d'opinion à mettre en avant. Avec quelles valeurs communiquer sur Internet ? Quelles pratiques de communication durable dans un contexte d'éthique (équitable, environnementale, partagée) ?

Toutes ces organisations développent des pratiques diverses et variées, parfois même contradictoires et les territoires s'en trouvent durablement affectés. Les travaux de la journée se proposent donc d'analyser ces pratiques hétérogènes, tout en essayant d'en dégager les lignes directrices pour la conduite des organisations.

Compte rendu

- Assemblée Générale d'Euprera, Carlisle, le 9 septembre 2006, Par Anne-Marie Cotton, Belgique

Lors de l'Assemblée Générale d'Euprera à Carlisle, le 9 septembre 2006, les membres d'Euprera ont approuvé la stratégie qui doit mener leur association à réaliser ses objectifs premiers :

- récolter, communiquer et échanger toutes les formes de recherche en relations publiques auprès d'un large public intéressé par les développements de notre discipline.
- Encourager la recherche fondamentale et appliquée.
- Analyser les modèles d'enseignement des différents pays afin de les connecter au monde de la pratique.
- Etudier les méthodes des relations publiques ainsi que leurs applications.

Cette stratégie pose l'Europe comme territoire et implique de nouveaux domaines de connaissances, de nouvelles perspectives, des nouveaux venus, de la création de connaissance et une dissémination instantanée.

Les premiers signes émanant de la nouvelle direction stratégique sont présents dans les critères d'évaluation des prix décernés aux meilleurs dissertations de niveaux Licence (Euprera Jos Willems Award BA), Master (Euprera Jos Willems Award MA) et doctorat (Euprera Günter Thiele Award). Ils illustrent les objectifs de l'équipe de recherche EuroBlog2007 (www.euroblog2007.org).

Ils sont également visibles dans l'approche de la 'Euprera PhD Summer School' qui sera organisée en pré-programme du congrès annuel à Roskilde (Danemark) à la mi septembre 2007 dans le cadre du PhD Network. Ils seront enfin un fil rouge tout au long des congrès annuels (Roskilde, septembre 2007 et Milan, novembre 2008).

Euprera regroupe 130 membres de 33 pays, dont 78 membres institutionnels (jusqu'à 10 personnes d'une même université ou organisation) et 52 membres individuels (dont 29 chercheurs ou enseignants). Les membres de l'association sont pour 2/3 rattachés au monde académique. Pour 2007, les membres de l'association ont élu Inger Jensen (Université de Roskilde) à la présidence. Les autres membres du comité de Direction sont :

Président:	Inger Jensen
Président sortant:	Betteke van Ruler
Président Elect:	Sue Wolstenholme
Secrétaire Général:	Anne-Marie Cotton
Comité Recherche:	Inger Jensen
(coordination Recherche + Réseau Doctorat) &	Valérie Carayol
Enseignement & JW Awards:	Sue Wolstenholme
(coordination Awards)	
PhD Award:	Günter Bentele

@News & PRIME:	Julia Jahansoozi
(coordination website)	
Organisation Congrès:	Susanne Holmström (Roskilde & Lund 2007) &
	Emanuele Invernizzi &
Toni Muzi Falconi (Milan 2008)	
Stratégie:	Sven Hamrefors
Projets & Réseau Membres:	Philip Young & Ansgar Zerfass
Membres Exécutifs:	Anne-Marie Cotton, Serra Görpe, Sven Hamrefors, Inger Jensen, Betteke van Ruler, Sue Wolstenholme

Pour toute information complémentaire, contactez Anne-Marie Cotton (Secrétaire général) :
am.cotton@artveldehs.be - www.euprera.org

Appels à contributions

- « Culture, communication et globalisation », Colloque international Brazzaville-Kinshasa, 16 au 20 avril 2007

Quelles sont les dynamiques de globalisation, ou de participation à la globalisation, qui se mettent en place, avec l'internationalisation accrue des flux de communication et, dans quelle mesure les potentiels culturels jadis gouvernés par des territoires de souveraineté géographiquement délimités, résistent ou adhèrent aux déterminismes ambiants de l'universalité? C'est en substance, l'interrogation principale autour de laquelle vont se structurer les communications au colloque de Brazzaville-Kinshasa.

Organisateurs :

- Université Marien Nguabi de Brazzaville, Congo
 - Institut Facultaire des Sciences de l'Information et de la Communication (IFASIC) de Kinshasa, R.D. Congo
 - CERIME, Université Robert Schuman de Strasbourg, France
- Contact : alain.kiyindou@urs.ustrasbg.fr

- EUPRERA 2007 EuroBlog Symposium Social Software: a revolution for communication? Implications and Challenges for Public Relations, Journalism and Marketing

A year ago EuroBlog 2006 showed that interactive social media technologies – weblogs, podcasts, wikis, real simple syndication, folksomnies, social tagging, personal networks and other species of social software and services - were beginning to impact on communications in many

different ways. The Ghent symposium (March 16-17, 2007) will present insights from EuroBlog 2007, the second pan-European quantitative survey on the usage of social media by PR professionals, draw new theoretical insights and respond to industry feedback by identifying and presenting examples of best practice

The Euroblog 2007 survey is running until November 30th, please spread the word to practitioners. More info at www.euroblog2007.org Participants: – Researchers from all over Europe, including many involved in the EUPRERA network of academics from more than 30 countries. – Public Relations Executives from major companies, institutions, agencies and service providers specialized in the field of online campaigns, interactive media, digital communication and issues monitoring. Location: The research meeting will take place at Ghent, March 16-17, 2007 Presentations/Call for Papers and Publication: – Researchers who would like to present empirical findings, theoretical insights or case studies are encouraged to send an abstract (2 pages) which contains author(s) and affiliation, title, theoretical/empirical principles, main findings, and implications for further research via e-mail to the organizers no later than December 31, 2006 (symposium@euroblog2007.org).

Papers that combine public relations theory and social software or focus on an international perspective are especially welcome. The papers will be reviewed by the programme committee and a feedback will be given by January 15, 2007. Presentations must not exceed 15-20 minutes and may incorporate PowerPoint charts or online demos. – The organisers plan to publish a book containing full versions of the papers presented plus additional articles and results of the EUROBLOG 2007 online survey run by EUPRERA.

Programme committee / EUROBLOG Lead Researchers: Philip Young, University of Sunderland, Great Britain Dr. Ansgar Zerfass, University of Leipzig, Germany Swaran Sandhu, University of Lucerne, Switzerland Anne-Marie Cotton, EUPRERA Secretary General, Belgium www.euroblog2007.org

Etude paneuropéenne: EuroBlog2007

- L'étude paneuropéenne Euroblog2007 vise à percer l'étendue de l'enthousiasme pour les blogs et les media sociaux: avantages et valeur-ajoutée pour les modèles d'entreprises?

EuroBlog 2007 (www.euroblog2007.org) sur l'impact des media sociaux sur la pratique des Relations Publiques est accessible jusqu'au vendredi 15 Décembre.

Des chercheurs de diverses universités européennes sont à la base de EuroBlog 2007, la seconde étude portant sur l'impact des blogs et des media sociaux sur la pratique des RP. L'étude, coordonnée par l'Association Européenne pour l'Enseignement et la Recherches des Relations Publiques (Euprera), vise à réunir les informations des professionnels de toutes les disciplines de la communication et des

relations publiques en vue d'établir une vision globale de l'utilisation des blogs, podcasts, RSS, video- et picture-sharing et autre media social et de leurs modes de fonctionnement.

Philip Young, University of Sunderland: "Nous sommes ravis du feedback positif par rapport à EuroBlog et offrons aux pays européens moins représentés quantitativement la possibilité de participer à un projet qui s'inscrit dans toutes les stratégies.

"Les praticiens des RP se doivent de comprendre la portée des derniers-nés en communication et EuroBlog leur fournit des réponses pour évaluer les nouveaux défis."

L'année dernière EuroBlog 2006 a défini une Europe à deux vitesses, avec des praticiens embrassant avec enthousiasme les nouveaux media mais avec une minorité significative refusant d'y voir le moindre avantage ou valeur ajoutée. EuroBlog2007 tient à vérifier la justesse de prédiction des enthousiastes sur le changement de la pratique des RP.

L'étude, identifiant qui utilise les blogs et pourquoi, et mettant à jour les tendances futures, sera une référence pour les professionnels des PR à tous les niveaux.

Philip Young ajoute: "Il est indéniable que les blogs et autres media sociaux modifient les stratégies de communication et l'opinion publique au niveau mondial. Il est toutefois impératif de rassembler et d'analyser les preuves sur le 'comment', surtout en Europe.

"Nous invitons tous les professionnels à participer à notre étude www.euroblog2007.org/survey. Elle est anonyme et ne dure que dix minutes. Tous les participants auront accès aux résultats qui les aideront à établir les stratégies de demain."

L'étude, supervisée par des chercheurs en Allemagne, au Royaume Uni et en Suisse, suit la croissance exponentielle des blogs ces dernières années ainsi que la liste sans cesse croissante d'entreprises, d'organisations et d'agences utilisant les blogs comme moyen de communication, lançant un défi constant aux moyens de communications dits traditionnels

Anne-Marie Cotton, secrétaire générale de Euprera: "Euroblog 2006 a généré des données réellement pertinentes pour les professionnels des RP. EuroBlog 2007 relève le défi et poursuit la quête aux réponses qui préoccupent tous les responsables de communication.

"EuroBlog est la preuve que pour comprendre et créer notre discipline il est essentiel que les deux mondes: celui de la pratique et celui de la théorie, coopèrent."

Note: Euprera, l'Association Européenne pour l'Enseignement et la Recherches des Relations Publiques, est une communauté de chercheurs et d'enseignants d'universités et d'instituts supérieurs de plus de 30 pays. Ses objectifs: stimuler et promouvoir le savoir et la pratique

des RP auprès des enseignants, des chercheurs et des praticiens.

- Médias, Communication, Information :
Célébration de 50 ans de théories et de pratiques
AIERI 23-25 Juillet 2007 UNESCO, Paris (France)

Ces cinquante dernières années ont vu un certain nombre d'avancées théoriques et pratiques dans les domaines qui traversent le champ inter- et multi-disciplinaire des médias et de l'information-communication. Certaines d'entre elles émanent de centres de recherches européens ou occidentaux, d'autres encore proviennent de diverses régions de la communauté scientifique mondiale. Ces travaux fournissent des outils d'analyse tant pour la production et la circulation internationale des données, des informations, des images et des textes, que pour leur réception, par des publics divers, à l'aune de la mondialisation. Ils questionnent tant l'espace public et la démocratie que les réseaux d'acteurs et leur autonomie ou la médiation technologique et ses modalités.

D'autres espaces de développement théoriques et de mises en pratique sont également en émergence, avec des travaux pionniers, aux approches innovantes. Les questions de la gouvernance et de la co-régulation des médias entrent en résonance avec celles des publics en diaspora, des diversités culturelles et trans-culturelles. Les apports théoriques d'autres champs, comme l'économie, la cognition, la politique, les études urbaines, pour n'en mentionner que quelques uns, viennent alimenter des lectures nouvelles des processus sémiotiques et des représentations médiatiques, et approfondir notre connaissance des tensions entre genres et genre, minorités visibles et communautés, cultures «jeunes» et cultures minoritaires (subcultures), dans le monde entier. Les modifications du marché et l'économie politique des médias dans le contexte de la mondialisation mettent dans une perspective nouvelle les biens et services culturels, les industries de la e-formation et l'éducation aux médias, sans oublier le développement durable aux alternatives renouvelées par le biais des nouvelles technologies de l'information-communication.

Ces développements, anciens et nouveaux, s'inscrivent dans les axes et problématiques de recherche que l'AIERI poursuit depuis 50 ans. Les résumés et les travaux présentés pour la conférence de 2007 se devront de refléter ces tendances tout en les recoupant avec les thématiques dominantes dans les différentes sections, comme l'histoire des médias, la communication politique, l'économie politique, la communication participative, l'éducation aux médias, la réglementation des nouvelles technologies, etc. Les groupes de travail sont encouragés à organiser des sessions conjointes avec les sections pour s'assurer que les tendances émergentes et les perspectives innovantes sur lesquelles ils travaillent soient bien représentées.

Les résumés et les travaux se devront également de faire le lien entre la théorie et la pratique, en soulignant notamment l'apport des recherches et enquêtes de terrain et en proposant des méthodologies, des protocoles et des indicateurs appropriés et innovants. Les perspectives nouvelles et les tendances futures devront être précisées pour indiquer les nouveaux terrains de recherche ouverts aux membres de l'AIERI dans les 50 ans à venir. Les résumés (500 mots au maximum) doivent être envoyés aux responsables de sections et de groupes de recherche pour le 15 janvier 2007 au plus tard. Les décisions finales seront notifiées le 1er mars 2007.

- 26th European Annual Conference on Human Decision-Making and Manual Control
Technical University of Denmark, Kongens Lyngby, Denmark,
20-22 June, 2007.

The conference is designed to provide a forum for extensive discussions of new and on-going work among researchers working on the design, analysis and evaluation of human-machine systems (HMS). The participants come from a variety of disciplines, including cognitive, engineering, information and communication sciences.

The EAM conference continues the tradition, started in 1981, of bringing young researchers from various disciplines of the human-machine system field together in an informal setting.

Consequently, EAM usually focuses on scientific papers and allows ample time for presentations and discussion, preserving an informal atmosphere for this conference of friends all working towards a common goal : a better adaptation of technical systems for human operators.

Previous conferences took place all over Europe. The most recent host countries were: Ispra, Italy (2000); Lyngby, Denmark (2001); Glasgow, Scotland (2002); Linköping, Sweden (2003); The Hague, Netherlands (2004); Athens, Greece (2005); Valenciennes, France (2006). In 2007, the Technical University of Denmark has the pleasure of welcoming EAM to Denmark.

Submitted papers (6 pages) should focus on the following topics in the following fields :

- Cognitive aspects
- Collective work and work organisation
- Cooperative support system
- Evaluation methods and tools
- Human behaviour modelling
- Human error
- Human-machine interaction
- Learning processes and knowledge elicitation

Manual and technical control and supervision
Multi-agent systems
Physical and cognitive ergonomics
System dependability features

Submissions should examine either conceptual research or field studies in the following areas :

Biomechanics
Communications/telecommunications
Conceptual work
Crew resource management Medical applications
Robotics/telerobotics
Traffic control/vehicle control/transportation
Manufacturing systems

For more information about the Conference, please refer to the conference website: <http://server.oersted.dtu.dk/eam07Programme> & Topics

- Nouveaux Groupes de Travail du GDR TIC & Société - Appel à constitution

Le GDR TIC & Société participe à l'heure actuelle à l'animation de six groupes de travail sur les thématiques suivantes : Collectifs de travail, Démocratie électronique, Dynamiques spatiales, Enquête COI (Changement Organisationnel et Informatisation), Gouvernance sur internet, Economie du numérique) dont vous pouvez trouver la présentation sur le site du GDR dans la rubrique Groupes de travail : <http://gdrtics.u-paris10.fr/groupes/index.php>

Suite à son renouvellement par le CNRS pour la période 2006-2009, le GDR TIC & Société est entré dans une nouvelle phase de son action. En conséquence, il souhaite favoriser la constitution de nouveaux groupes de travail grâce à un appel à projet dont la date de clôture est fixée au 30 novembre 2006. Les propositions reçues seront examinées au sein du bureau du GDR qui confiera leur évaluation à des membres du conseil scientifique du GDR.

Les Groupes de Travail sont créés à l'initiative des membres du GDR (jeunes docteurs, enseignants, chercheurs...) qui bénéficieront de moyens de coordination et de publication électronique afin de favoriser la constitution du groupe, son fonctionnement, ainsi que la diffusion de ses travaux. Les journées doctorants, le séminaire et l'école thématique du GDR ont également vocation à permettre la présentation et la discussion des travaux des groupes de travail.

Les projets de groupe travail devront être courts (2 pages maximum). Chaque projet comprendra un titre, une description des objectifs et de la méthode de travail du groupe, une liste de participants potentiels, une liste de 4

mots clefs maximum, ainsi que les coordonnées complètes du responsable de projet.

Les contenus thématiques et disciplinaires des propositions de groupe de travail sont laissés à l'initiative de leurs créateurs. Cependant pour faciliter le travail de positionnement et de repérage des recherches, vous trouverez sur le site du gdr (http://gdrtics.u-paris10.fr/pdf/Bilan-GDR_2002-05.pdf) un texte présentant les axes de travail envisagés pour le GDR pour la période 2006-2009 et qui se déclinent suivant trois axes « TIC et interactions sociales », « TIC et nouvelles formes d'organisation et de régulation », « interdisciplinarité, méthodes et corpus de données ». Ce texte peut servir de support aux propositions envisagées, mais vous êtes parfaitement libres de proposer des thématiques de travail nouvelles.

Le GDR TICS se propose d'apporter son soutien aux Groupes de Travail sur les points suivants :

Le GDR confèrera tout d'abord un label aux groupes de travail et contribuera ainsi à leur visibilité et à leur légitimité. En relayant les initiatives à travers les réseaux qu'il a établi, le GDR facilitera les regroupements et le succès des groupes de travail. Des moyens de travail et de publication en ligne seront fournis par le site web du GDR ce qui permettra non seulement de favoriser la coordination des groupes, mais aussi la valorisation de leur production. Les séminaires du GDR, les écoles thématiques et les différentes journées du GDR ont également vocation à accueillir les membres des groupes afin qu'ils exposent leurs travaux et bénéficient de forums pour exposer et discuter leurs résultats et favoriser les échanges intra et interdisciplinaires. À terme, des publications pourraient être envisagées.

Merci d'envoyer vos propositions à Corinne.CohenCoudar@mail.enpc.fr (secrétariat du GdR) avec copie à moatty@cee.enpc.fr en mettant pour objet "Projet de Groupe de Travail du GDR TICS"

- « Le parcours d'un jeune chercheur en Sciences de l'information et de la communication. Questionnements, méthodes, pratiques », Journées d'études - Paris, 24 et 25 avril 2007

Dans le cadre des Ateliers-Projets du CIES-Sorbonne (Centre d'Initiation à l'Enseignement Supérieur) et des activités de l'ARSIC (Association de recherche en Sciences de l'Information et de la Communication). Avec le soutien de l'Ecole Doctorale ASSIC (ED267) et de l'UFR Communication de l'Université de Paris 3-Sorbonne Nouvelle.

Objectifs généraux

Que l'on soit en master, au début ou à la fin de sa thèse, mener une recherche en sciences de l'information et de la communication suscite de multiples interrogations tant du

point de vue méthodologique, théorique que pratique. Comment élaborer une problématique, des hypothèses de travail ? Comment appréhender les principales notions liées à son sujet ou se constituer une bibliographie ? Quelles sources, quelles méthodes de recueil des données et d'analyse mettre en œuvre ? Quid de la question de l'écriture ? Par quels biais faire connaître son travail une fois celui-ci achevé ?

Ancrée dans les Sciences de l'information et de la communication, cette manifestation vise à réunir des jeunes chercheurs et des chercheurs confirmés, issus de différentes universités, autour de débats que nous souhaitons vifs et décomplexés, plaçant au premier plan la question des méthodes, des pratiques de recherche et les difficultés rencontrées par les doctorants issus d'un champ marqué par la pluridisciplinarité.

Contributions

Les contributions prendront la forme de témoignages et porteront sur l'un des axes suivants :

1er axe : Le travail de terrain.

- l'expérience de l'entretien
- les études quantitatives
- l'observation participante

2e axe : Corpus, sources et analyse des données.

- la construction d'une bibliographie
- le traitement et le travail sur les sources
- la construction d'un corpus
- l'analyse du corpus : l'analyse de discours, l'analyse de contenu, etc.

3e axe : L'écriture

Nous recherchons des doctorants et de jeunes docteurs souhaitant témoigner de leurs expériences d'écriture (thèse, articles scientifiques ou de vulgarisation, etc.) (difficultés rencontrées, question de la position auctoriale, la mise en place d'une rhétorique «scientifique»...)

4e axe : L'interdisciplinarité

Une demi-journée sera consacrée aux enjeux de l'interdisciplinarité des sciences de l'information et de la communication. Nous vous appelons donc à émettre également des propositions sur ce thème.

Témoignages :

Nous recherchons par ailleurs des doctorants pouvant témoigner des différentes possibilités de financement pendant la thèse :

- un docteur ou doctorant occupant ou ayant occupé la fonction de moniteur
- un docteur ou doctorant occupant ou ayant occupé la fonction d'ATER

- un docteur ou doctorant n'ayant reçu aucun financement

Il est conseillé aux contributeurs de penser leur proposition en fonction de l'un de ces axes. Les propositions de communication prendront la forme d'un résumé de 3000 signes maximum (espaces compris), avec le titre de la communication et 5 à 6 mots-clés, le tout accompagné des

coordonnées complètes de l'auteur (Email, téléphone, université et laboratoire de rattachement, statut). Les réponses à ces propositions seront données au début du mois de février 2007.

Organisation et site internet

Toutes les informations concernant ce colloque sont désormais disponibles sur un site internet : <http://parcoursic.free.fr>.

Après les journées, il sera demandé aux participants de rédiger un texte de 10.000 à 20.000 signes pour publication sur ce site Internet. Ce texte devra nous être envoyé avant le 15 mai 2007.

Contact parcoursic@yahoo.fr

Comité d'organisation : Camille Laville : tamille1@yahoo.fr, Laurence Leveueur : l.leveueur@free.fr, Aude Rouger : aude.rouger@univ-paris3.fr

- VI^e COLLOQUE TIC & TERRITOIRE : QUELS DEVELOPPEMENTS ?

6TH INFOCOM TCS & TERRITORY: WHICH WAY ON DEVELOPPING ?

LYON, 14 & 15 JUIN 2007

Après Saint-Raphaël en 2002 puis 2003, à Lille, de concert avec les Trois Universités en 2004, et île Rousse, en partenariat avec le Colloque sur les Systèmes d'Information élaborée en 2005, le Colloque « Tic & Territoire : Quels développements ? » est, au cours de l'année 2006, remonté vers le Nord et s'est arrêté, le temps de sa cinquième édition, en Franche Comté les 9 & 10 juin à Besançon, Capitale du temps, de son étalonnage et de sa mesure. En juin 2007, la manifestation scientifique rejoint Lyon, Capitale des Gaules avant d'être la capitale régionale que nous connaissons aujourd'hui. Le laboratoire I3m (Information, Milieu, Média, Médiation <http://i3m-univ-tln.fr>) en Sciences de l'Information & de la communication, EA 3820 de l'Université du Sud Toulon Var et de l'Université de Nice Sophia-Antipolis, & Le laboratoire ERSICOM Sciences et technologies de l'information et de la communication <http://www.univ-lyon3.fr/ersicom>, Avec le concours de l'UMR ThéMA-MTI <http://mti.univ-fcomte.fr>, UMR 6049 CNRS UFR SLHS de l'Université de Franche-Comté co-organisent l'édition 2007 de ce colloque.

Axes de recherche :

- 1. Arts, esthétique & prothétique
- 2. Médias, genre & études culturelles
- 3. Représentations & médiations des savoirs
- 4. Information, communication & gouvernance
- 5. Intelligence informationnelle (responsable : Yann Bertacchini)

Proposition de communication : en précisant l'axe 2000 à 3000 signes à adresser à Yann Bertacchini (bertacchini@univ-tln.fr) avant fin mars 2007.

**- Congrès International d'Actualité de la Recherche en Education et en Formation
29 août au 1^{er} septembre 2007 à Strasbourg**

À l'occasion des quarante ans des Sciences de l'éducation en France, l'AECSE (Association des Enseignants et des Chercheurs en Sciences de l'Education) s'associe à ABC-Educ (Association Belge des Chercheurs en Education) et à la SSRE (Société Suisse pour la Recherche en Education) pour la tenue du Congrès International d'Actualité de la Recherche en Education et en Formation. Cette édition se tiendra du 29 août au 1^{er} septembre 2007 à Strasbourg et sera accueillie par le Laboratoire Interuniversitaire des Sciences de l'Education et de la Communication (LISEC - EA 2310, Université de Haute Alsace, Université Louis Pasteur et Université Nancy 2).

Cette manifestation, impulsée par trois associations d'enseignants-chercheurs en éducation, tout en s'inscrivant dans la tradition des précédents congrès organisés à l'initiative de l'AECSE marque un élargissement international. Son objectif est de faire le point sur les travaux les plus récents en éducation et en formation, de valoriser la production de recherche et la formation à la recherche, tout en contribuant à sa structuration. S'y retrouveront néanmoins aussi bien des chercheurs, des enseignants, des formateurs que des responsables éducatifs.

Dans la perspective résolument internationale souhaitée par les associations organisatrices, le choix de Strasbourg n'est pas anodin. Il permettra aussi de s'ouvrir sur l'aire culturelle et scientifique germanophone invitée de cette édition.

Dépot des propositions de contribution

4 décembre 2006 - 12 février 2007

Date limite de soumission

12 février 2007

Notification aux auteurs

30 mars 2007

Réception des textes définitifs

30 avril 2007

- Entre information et communication,

Les nouveaux espaces du document

Coordination : A. Béguin, S. Chaudiron, E. Delamotte (GERIICO)

Ce numéro s'inscrit dans la réflexion actuelle qui traverse les Sciences de l'Information et de la Communication autour de la notion de document, en rapport avec le développement des réseaux numériques. Le terme

d'espaces/ est ici volontairement ambigu, car central et fécond pour construire une interrogation.

Le document est de l'information communiquée au moyen d'un support. Son

rapport à l'espace participe à la fois du réel et de l'imaginaire. En ce sens, étudier les espaces réels autour du document conduit à reconnaître les pratiques sociales qui lui donnent statut, étudier les métaphores spatiales qui sont employées à son propos conduit à interroger les représentations cognitives et sociales qui lui sont associées.

De fait, lorsqu'on parle d'Internet, les métaphores de l'espace se multiplient : outre les images rebattues liées à la navigation, au parcours, à l'exploration, il est question de cartes conceptuelles, de géographie des sites, de portails, mais aussi de profondeur, de dimension cachée... autant de termes qui ramènent à l'indexation et aux procédures de guidage dans l'univers des signes. De plus, le balisage des documents est souvent évoqué à travers l'idée de « couche » de programmation, renvoyant ainsi à un imaginaire de la profondeur. Enfin, les échanges documentaires contribuent à établir des « réseaux », des « proximités », des « couvertures de champs »... autant d'éléments qui renvoient à un imaginaire spatial de la socialisation.

L'utilisation « réelle » de l'espace documentaire, quant à elle, concerne à la fois la structuration du document et sa position relative au plan sémiotique mais aussi socio-économique. La nature spatiale est en premier lieu constitutive des interfaces. Que le support soit le papier ou l'écran, la communication se fait à travers une surface organisée qui oriente l'attention et règle des propositions de lecture.

Mais les relations spatiales définissent aussi des zones de pouvoir, de propriété et de conflit et suscitent des tentatives de régulations, institutionnelles ou auto-émergentes : on achète de l'espace, on élabore un référencement, on lutte contre les appropriations sauvages, on ferme ou on ouvre des espaces privés, on élabore des liens...

Questionner l'évolution du document dans son rapport à l'espace lorsqu'il devient numérique permet donc d'aborder au moins deux dimensions essentielles de la communication d'informations à notre époque : (i) la nature du document et ses métamorphoses et (ii) la construction de la médiation documentaire.

A travers une réflexion sur la notion pluridisciplinaire d'espace documentaire/, l'objectif de ce numéro d'Études de Communication/ est d'interroger la configuration des différentes facettes des Sciences de l'Information et de la Communication, de poser la question de l'apport et des limites de cette notion en partage.

Dans tous les cas, les articles devront articuler une dimension théorique et un ancrage empirique, de manière à cerner avec la plus grande précision possible les usages en cours. Modalités de soumission Les textes d'intention (3000 signes maximum) sont à faire parvenir pour le 20 janvier 2007 délai de rigueur de préférence sous forme électronique (format Word) à l'adresse suivante : eric.delamotte@univ-lille3.fr (adresse d'un des trois coordinateurs). Le comité de

rédaction de la revue informera de sa décision concernant les propositions retenues fin janvier. Si la proposition est retenue, les articles rédigés seront à remettre (en version électronique + 2 copies papier) pour le 4 mai 2007, selon les modalités envoyées en même temps que l'acceptation, pour soumission au comité de lecture.

**- 6ème colloque du chapitre français de l'ISKO
Appel à communications**

Organisation des connaissances et société des savoirs :

concepts, usages, acteurs

**Toulouse, Université Paul Sabatier IUT
7 et 8 juin 2007**

Le concept d'« organisation des connaissances » est le plus souvent abordé sous l'angle des dispositifs techniques qui permettent de représenter, structurer, classer et accéder aux informations qui en sont les premiers éléments constitutifs. En témoignent par exemple les travaux en cours dans le domaine du Web sémantique qui renouvellent la réflexion sur les langages documentaires, sur les ontologies qui visent à faciliter la manipulation de connaissances spécialisées ou encore sur l'amélioration des systèmes de recherche d'informations.

Depuis sa création, le Chapitre français de l'ISKO a consacré à plusieurs reprises les manifestations scientifiques qu'il organise à la question de l'organisation des connaissances sous l'angle des schémas d'organisation car ces derniers sont au cœur des mécanismes de récupération d'information, de production de connaissances nouvelles et de médiation des savoirs.

Toutefois, l'émergence d'une société des savoirs dépasse la seule question des outils et des dispositifs. Se posent en effet d'autres questions telles que la démocratisation de l'accès au savoir, la privatisation et la marchandisation croissantes de l'information et des connaissances ou le rôle des politiques publiques dans ce domaine. Ce croisement de dimensions techniques et de dimensions sociales invite chercheurs et praticiens à s'interroger sur les divers aspects de l'organisation des connaissances et à analyser leurs incidences afin d'en comprendre les enjeux politiques, sociaux, culturels qui les sous-tendent.

C'est dans cette perspective que le prochain colloque du Chapitre français de l'ISKO se propose de rassembler des apports théoriques et appliqués, issus des Sciences de l'information mais aussi de disciplines différentes, qui questionnent l'organisation de la connaissance dans ses principes, méthodes, schémas et usages.

Ainsi, le colloque accueillera plus particulièrement les travaux centrés sur :

- l'histoire des concepts, modèles et théories dans un souci de mise en perspective des enjeux épistémologiques ;

- les usages des dispositifs techniques, les interactions et interfaces qu'ils mettent en œuvre ou nécessitent ;
- les habiletés informationnelles, à partir de recherches portant sur la construction ou l'initiation à une culture de l'information en privilégiant l'approche par les acteurs (médiateurs, élèves...) situés dans des contextes divers d'acculturation ou d'acquisition de compétences ;
- les nouveaux cadres économiques et juridiques liés à la société des savoirs (open source, archives ouvertes, modèles marchands ou non marchands...);
- les classes et classifications, schémas d'organisation des connaissances divers, métadonnées et indexation notamment dans les domaines culturels (littérature, musée, musique...).

Ce colloque souhaite réunir des propositions de communication portant sur des recherches, récentes et inédites, de jeunes chercheurs et de chercheurs plus confirmés ainsi que de professionnels engagés dans un processus réflexif.

Echéancier

Proposition : 8 janvier 2007

Réponse : pré-acceptation sur résumé 1er février

Texte intégral : 10 avril 2007

Relecture du texte intégral, demandes de compléments ou corrections jusqu'au 2 mai 2007

Modalités de réponse :

Proposition : sur une première page l'(les) auteur (s) précisera ses

- nom, adresse électronique, statut, appartenance institutionnelle, téléphone.

- le titre complet de la proposition et 5 mots clés maximum en français et en anglais.

La page suivante portera le résumé : 3000 caractères espaces compris faisant apparaître le titre de la proposition, la problématique, le cadre théorique, les matériaux, la méthode et les résultats (seule cette page sera transmise, par nos soins, aux évaluateurs).

Les propositions seront évaluées anonymement par deux personnes du comité scientifique.

Les propositions ne permettant pas d'assurer l'anonymat des évaluations seront retournées à l'auteur.

Format Word, Times 12, interligne 1,5

Langue du colloque : français

Adresse du colloque : lerass.isko@iut-tlse3.fr

Le texte complet des communications pré-acceptées pourra faire l'objet de modifications en fonction des demandes des évaluateurs. Toute communication définitivement acceptée suppose l'inscription au colloque de l'auteur ou au moins d'un des auteurs dans le cas d'auteurs multiples.

Un protocole de rédaction précis sera adressé aux auteurs pré-retenus.

Publications

- « Introduction aux méthodes de recherche en communication » Luc Bonneville, Sylvie Grosjean et Martine Lagacé

Gaëtan morin éditeur, Chenelière Education, Montréal, Québec, 2006

À la fois concret et concis, cet ouvrage constitue une introduction complète à la démarche de recherche scientifique dans le domaine de la communication. Il a été conçu dans le but de devenir l'outil pédagogique par excellence pour comprendre et mettre en pratique les différentes méthodologies. En ce sens, Introduction aux méthodes de recherche en communication :

- définit et situe les phases du processus d'élaboration d'une recherche ;
- permet à l'étudiant de procéder à une démarche de recherche complète, qu'elle soit quantitative ou qualitative ;
- illustre les propos méthodologiques par une multitude d'exemples variés, issus de recherches récentes dans tous les champs de la communication, incluant les nouveaux médias, les TIC, l'informatisation des organisations et la communication organisationnelle ;
- propose des exercices d'intégration à la fin de chaque chapitre.

TABLE DES MATIÈRES

Préface d'Alain Laramée

Avant-propos de Pierre Bélanger

PREMIÈRE PARTIE :

LA RECHERCHE EN COMMUNICATION

Paroles de chercheur : Gaëtan Tremblay

Chapitre 1 : Les enjeux, les axes et les fondements épistémologiques

1.1 Les enjeux de la recherche en communication

1.2 La présentation de la démarche scientifique

Exercices d'intégration

Chapitre 2 : Le processus d'une recherche scientifique

2.1 Les étapes d'une recherche

2.2 Les résultats de la recherche

2.3 L'illustration des différentes approches par trois recherches

Exercices d'intégration

DEUXIÈME PARTIE :

LA RECHERCHE QUANTITATIVE EN COMMUNICATION

Paroles de chercheur : Christian Désilets

Chapitre 3 : La conception et les notions centrales d'une recherche quantitative en communication

3.1 La conception d'une recherche quantitative

3.2 Les notions centrales d'une recherche quantitative

Exercices d'intégration

Chapitre 4 : Les méthodes et outils de collecte de données

en recherche quantitative

4.1 L'analyse de contenu

4.2 Le sondage

4.3 L'expérimentation

Exercices d'intégration

Chapitre 5 : L'analyse de données quantitatives

5.1 La statistique descriptive

5.2 La statistique inférentielle

Exercices d'intégration

TROISIÈME PARTIE :

LA RECHERCHE QUALITATIVE EN COMMUNICATION

Paroles de chercheur : Serge Proulx

Chapitre 6 : La conception d'une recherche qualitative en communication et la diversité des méthodes

6.1 La conception d'une recherche qualitative

6.2 La diversité des méthodes en recherche qualitative

Exercices d'intégration

Chapitre 7 : Les outils de collecte et l'interprétation des données

7.1 L'entrevue de recherche

7.2 L'observation

7.3 Le groupe de discussion (focus group)

7.4 L'analyse qualitative de contenu

7.5 L'analyse et l'interprétation des données qualitatives

Exercices d'intégration

GLOSSAIRE

RÉFÉRENCES

INDEX DES SUJETS

- Économie et communication

Numéro spécial de la revue *Hermès* N° 44

Joëlle Farchy & Pascal Froissart, dir.

Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) a entraîné des bouleversements économiques et sociaux tels que les observateurs s'interrogent sur l'émergence d'une « nouvelle économie » dite aussi économie numérique ou économie de l'information et de la communication. Les nouvelles formes de communication transforment la vie économique en particulier au niveau de l'entreprise (publicité, lobbying, marketing sur Internet...) et l'activité économique ne peut plus se faire sans s'accompagner de discours qui la déforment ou la transforment. Face à ces réalités nouvelles, les échanges entre sciences économiques et sciences de l'information et de la communication apparaissent limités. L'ambition de cet ouvrage est d'enrichir ce dialogue interdisciplinaire. Le développement des Technologies de l'information et de la communication (TIC) s'accompagne de véritables bouleversements économiques. À preuve les débats sur l'émergence selon les cas d'une « nouvelle économie », d'une « économie numérique », d'une «

économie de l'information et de la communication », voire d'une « économie de la connaissance ». La « communication » est-elle un secteur économique parmi d'autres ? Conduit-elle à l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?

Les nouvelles formes de communication transforment la vie économique dans les entreprises et imposent de repenser les modes de régulation publique. La publicité, le marketing, l'intelligence économique sont autant de formes renouvelées d'ajustement entre l'offre et la demande.

Par ailleurs, l'activité économique ne peut plus se faire sans s'expliquer, sans s'accompagner d'interventions dans les médias qui la déforment, la transforment, ou finalement la « font exister ».

Paradoxalement, face à ces réalités nouvelles, où l'univers de la communication et celui de l'économie s'interpénètrent de plus en plus, le dialogue entre sciences économiques et sciences de l'information et de la communication (SIC) est limité. La communication, étudiée comme secteur d'activité n'est pas encore l'objet d'un corpus théorique reconnu pour les économistes. Les SIC, quant à elles, s'inspirent d'une longue tradition d'étude de l'économie politique de la communication, mais les liens avec les travaux économiques récents sont encore faibles. Pourtant l'information et la communication sont des facteurs essentiels de la connaissance.

Pointer le paradoxe, c'est déjà contribuer à favoriser un dialogue interdisciplinaire. La question d'Internet, la place de la propriété intellectuelle ou encore le poids des réseaux dans les économies immatérielles sont parmi les thèmes d'actualité pour lesquels ce type de dialogue est particulièrement fécond. C'est l'objet de ce numéro.

- A quoi sert l'ergonomie ?

Tchibara Aletchedji et Nadia Heddad
(coordinateurs)

Toulouse, Octares, 2006

Cet ouvrage regroupe, pour l'essentiel, les communications présentées dans le cadre d'une journée organisée-débat autour d'une question aussi directe que délicate : « A quoi sert l'ergonomie ? »

C'est par un échange autour de cette interrogation sur l'utilité de l'ergonomie que les participants ont voulu rendre hommage à Monique Noulin, enseignante au département Ergonomie et Ecologie humaine de l'Université de Paris I - Panthéon Sorbonne, disparue précocement au printemps 2004.

Par le choix de cet intitulé, l'intention des organisateurs était de continuer à faire vivre les interrogations intellectuelles qui animaient Monique Noulin dans son enseignement, dans sa pratique et dans les discussions avec ses amis. Avec le sentiment aussi de demeurer dans la continuité de cette conception pluridisciplinaire de l'ergonomie qui était la sienne et qui puise toute sa force dans la confrontation à d'autres points de vue. Cette conception se nourrit également de la vision que porte l'ergonome sur la place de l'homme et du travail dans les entreprises ainsi qu'au sens qu'il donne à sa propre action dans les organisations.

Cette journée a donc marqué une rencontre originale autour d'un débat ouvert et franc sur le sens même du travail des ergonomes, à la mesure de leur adhésion commune au projet politique de transformer le travail. Son mérite aura été de faire en sorte que, devant cette question aussi fondamentale pour la discipline, chaque ergonome ne se retrouve plus renvoyé à la traditionnelle solitude qui accompagne ses interventions et surtout ses instants de doute.

Cet ouvrage rassemble les contributions de Fabrice Bourgeois, Pierre Cazamian, Yves Clot, Dominique Dessors, Annie Drouin, Jacques Durrafour, François Hubault, Brice Labille, Véronique Poète et Jean Schram ainsi qu'un DVD retraçant un entretien avec Pierre Cazamian qui, à plus de 90 ans, a accepté d'apporter, à cette occasion, un témoignage historique et une parole libre.

De pratiques et de générations différentes, ces contributeurs au débat ont en commun d'avoir eu un lien avec Monique Noulin, par l'amitié et la proximité qui les unissaient ou par l'influence intellectuelle qu'ils ont exercée sur elle et vice-versa.

Sommaire

« A quoi sert l'ergonomie ? » Débat en hommage à Monique Noulin - Note introductive

Tchibara Aletchedji et Nadia Heddad De l'approche globale en ergonomie et en écologie humaine

Pierre Cazamian L'ergonomie est un exercice d'émancipation, et de deuil

François Hubault Mots clés en guise de titre : femme, ergonome, profane, primatesS

Dominique Dessors

Sweet ergoblues en Do b Majeur. Ou du sens de l'ergonomie Brice Labille

L'Ergonomie s'intéresse-t-elle encore à l'Homme ?

Jean Schram

L'activité c'est la santé. Point de vue d'un psychologue du travail

Yves Clot

L'ergonome interne dans la boucle de conception

Identités - Marges de man'uvre - Partages

Annie Drouin

La rencontre entre métier d'intervenant et métier d'enseignant

Fabrice Bourgeois et Véronique Poète

Dialogue avec Monique Noulin à propos de l'article :
« L'analyse de l'activité : connaissance, compréhension, rencontre »
Jacques Duraffourg

pouvez le commander à fabien.douarin@iut.u-bordeaux1.fr
au prix de 15€ (durée 1h20), pochette et documentation
comprises. Le chèque est à libeller au nom de la SFSIC, et à
transmettre à Madame Arlette Bouzon, Trésorière de la
SFSIC, 3, rue de La Coquille 31500 Toulouse. Le DVD
vous sera envoyé à votre adresse.

- L'intelligence économique

Christian Marcon :

Nicolas Moinet :

Dunod, Collection Les Topos

Vision synthétique et pratique de l'intelligence économique (la maîtrise de l'information stratégique pour une entreprise, un territoire, un État ou une communauté), illustrée d'exemples. Besoin d'autant plus croissant que l'intelligence économique n'est plus restreinte aux formations spécialisées, mais est abordée dans de nombreux cursus de grandes écoles et d'universités. Contrairement aux ouvrages existant sur le sujet souvent concentrés sur la veille et ses méthodes, cette synthèse académique et pratique abordera les questions d'éthique, la sécurité de l'information, la désinformation, le lobbying et l'influence.

Sommaire :

Définition de l'intelligence économique. Les notions clés de l'intelligence économique. Histoire de l'intelligence économique. Les acteurs de l'intelligence économique. L'intelligence économique d'entreprise. L'intelligence territoriale. L'intelligence économique en question.

- Régulation sociale et communication des entreprises

Romain Huët

Les enjeux de l'information et de la communication

http://www.u-grenoble3.fr/les_enjeux/

- DVD Hommage à Emile Durkheim

Une pléiade d'acteurs, universitaires et musiciens, ont rendu hommage à Emile Durkheim, le 10 mai 2006, à l'occasion du XVème Congrès de la SFSIC à Bordeaux, sur le thème Fait social et fait communicationnel. Autour de Durkheim étaient réunis Célestin Bouglé, Marcel Mauss, Léon Duguit, Ferdinand Tönnies, Ferdinand Buisson, Victor Segalen, le Maire de Bordeaux, Paul-Louis Lande, les compositeurs Claude Debussy, Maurice Ravel et Erik Satie. L'action se situe en 1902, à l'occasion de la nomination de Durkheim à La Sorbonne. Le DVD est maintenant disponible. Vous

- Ouverture d'un poste académique à temps plein en Relations publiques et Communication d'Organisation Sciences humaines Faculté des sciences économiques, sociales et politiques Département de communication

L'entrée en fonction est fixée au 1er septembre 2007.

Date limite d'envoi des candidatures : 19 janvier 2007.

Référence du poste : ESPO / COMU 4 / 2007 / 421 (à mentionner dans toute correspondance svp)

Profil :

Le/la titulaire développera des activités d'enseignement de base et avancé, et centrera son activité de recherche dans le domaine des relations publiques et de la communication des organisations, aussi bien dans les secteurs marchands et non-marchands que publics, en ce compris le secteur culturel.

Par ses activités de recherche, il/elle s'intégrera dans le laboratoire d'analyse des systèmes de communication d'organisation - LASCO - qui a pour objet l'observation et l'analyse des phénomènes de communication interne et externe, stratégique ou spontanée des organisations. Il/elle contribuera ainsi à améliorer les connaissances dans ce domaine et à mettre au point des cadres conceptuels et des méthodes de recherche appropriés. Un accent particulier sera mis sur la capacité du candidat à articuler expériences issues du monde des organisations et réflexions théoriques ainsi que sur son aptitude à s'intégrer tant dans des équipes d'enseignements que de recherche.

A terme, le/la titulaire sera amené(e) à assurer la responsabilité du LASCO ainsi que l'animation de la finalité spécialisée en relations publiques et communication d'organisation des Masters en information et communication.

Qualifications/aptitudes particulières :

- Expérience de recherche, avec preuve d'une connaissance approfondie d'un secteur de la communication d'organisation.

- Bonne capacité à travailler en équipe et à en assurer la direction.

Date d'entrée en fonction: 1er septembre 2007

Renseignements complémentaires :

Prof. Philippe

Verhaegen Tél. : +32 (0)10 47 28 07

Prof. Axel Gryspeerdt

Tél. : +32 (0)10 47 27 63

Conditions générales

1. Tâches

Assurer des enseignements dans les trois cycles d'études gérés par la faculté, ainsi que dans des programmes de formation continue Assurer la direction de mémoires de fin d'études et superviser des thèses de doctorat

Animer des programmes de recherche

Assurer, par des activités de recherche et d'enseignement, la visibilité internationale de l'université

Participer, si la fonction le permet, à des projets liés à la coopération au développement

2. Qualifications

Etre titulaire d'un diplôme de doctorat en communication, ou équivalent

Faire état d'une expérience scientifique reconnue par des publications de niveau international

Faire état d'un séjour d'étude prolongé à l'étranger ou d'une expérience significative acquise hors de l'UCL

Faire état d'une expérience et d'aptitudes en matière de pédagogie universitaire

Avoir les qualifications pour mener des recherches scientifiques de haut niveau et animer, voire diriger, une équipe de chercheurs

Posséder la maîtrise de la langue française parlée et écrite, ou s'engager à l'acquérir dans l'année qui suit la prise de fonction, la connaissance de l'anglais et d'autres langues constituant un atout supplémentaire.

Capacité à enseigner en français, et dans une autre langue internationale

Afin de disposer de l'information nécessaire, indications sur la procédure de composition du dossier de candidature à un poste académique vacant à l'UCL

(<http://www.uclouvain.be/38120.html>)

une explication quant au déroulement et aux étapes de la carrière académique à l'Université catholique de Louvain

une présentation échelons barémiques, qui déterminent les montants mensuel et annuel bruts de la rémunération académique

COMU - Département de communication de l'Université catholique de Louvain

14, ruelle de la Lanterne Magique

1348 Louvain-la-Neuve

Tél. : 00 32 10 47 29 48

Fax : 00 32 10 47 30 44

E-mail : loutsch@comu.ucl.ac.be

Bureau : e.112 (premier étage)



Société française
des sciences de l'information
et de la communication



groupe d'études
et de recherches
sur les communications
organisationnelles

Programme des 2^{ème} journées d'étude Org&Co
Méthodologies et techniques de recueil des données en communication organisationnelle

La recherche-action en communication organisationnelle

**25 et 26 janvier 2007, CELSA,
77 rue de Villiers, 92 Neuilly/Seine**

Animateurs : Arlette Bouzon, Vincent Meyer

25 janvier 2007

8h30 à 9h30 : accueil des participants

9h30 : ouverture des journées par les coordinateurs

9h40 à 12h30 : 2 ateliers

-Atelier 1 : Équipements technologiques et recherche-action

- Atelier 2 : Outils méthodologiques

12h30-14h : Pause déjeuner (buffet campagnard sur place)

14h à 16h00 : 2 ateliers

-Atelier 1 : Les terrains de la recherche-action

- Atelier 2 : Le chercheur et le consultant

16h30 : Réunion Org&co, avec élections

26 janvier 2007

9h00 à 12h30 : 2 ateliers

-Atelier 1 : La construction du terrain et les processus communicationnels

- Atelier 2 : Méthodes et enjeux sociaux

12h30-14h : Pause déjeuner (restaurant dans le quartier)

14h à 17h30 : Plénière : Interventions et organisation

25 janvier 2007

9h30 à 12h30

Atelier 1 : Équipements technologiques et recherche-action

- *Balanced scorecard : une méthode d'évaluation du management de campagne dans la gestion de relation client*, Elgiz Yilmaz, Grec/o, Université Bordeaux 3.
- *Filmer les salariés en visio-réunion : interrogations sur une méthodologie centrée sur la captation d'images et de sons*, Ghislaine Chabert, Jacques Ibanez Bueno, IREGE/G-SICA, Université de Savoie.
- *Évaluer son site web : une méthode pour les organisations*, Jean Brunel, CERIC, Université Montpellier 3.
- *Ressources pédagogiques en ligne et web 2.0 : ontologie, indexation, bookmarking et folksonomie... Quels apports et quelles limites pour les usagers, acteurs-clés du web éducatif ?* Michèle Drechsler, Centre de recherche sur les médiations, Université Paul Verlaine-Metz.
- *La recherche sur corpus comme intervention visible dans le jeu social. Questions de méthode : l'analyse du processus de production des documents comme structuration du jeu social*, Romain Huët, Pierre Delcambre, GERIICO, Université Lille 3.

Atelier 2 : Outils méthodologiques

- *Méthodes d'analyse et d'interprétation des données qualitatives en sciences sociales et management*, Saida Habhad, ERSICOM, Université Lyon 3.
- *L'entretien biographique : plus qu'une méthode, une méthodologie pour questionner et interpréter la professionnalisation en SIC*, Patrice de la Broise, GERIICO, Université Lille 3.
- *Contribution didactique à la systémique qualitative en SIC : le rando-raïd SFR comme système communicationnel d'influence*, Alain Schoeny, CERIC, Université Montpellier 3.
- *La méthode des grilles répertoires : la redécouverte d'un vieil outil au service du recueil des données en communication organisationnelle*, Cécilia Brassier-Rodrigues, Université Clermont-Ferrand.
- *Nouvelle méthodologie de recueil de données pour les enquêtes de terrain accompagnant un changement : Application à l'amélioration de la sécurité dans les sites à hauts risques*, Gilles Le Cardinal, Bruno Pouzoullic, Emmanuel Plot, Equipe COSTECH – INERIS, Université de Technologie de Compiègne

25 janvier 2007

14h à 16h00

Atelier 1 Les terrains de la recherche-action

- *Questionnements autour d'une mise en œuvre d'une recherche-action dans les administrations publiques luxembourgeoises*, Christelle Mallet, Centre de recherche sur les médiations, Université Paul Verlaine-Metz.
- *Recherche-action au Centre Georges Pompidou*, Bernadette Dufrene, Laboratoire culture et communication, Université Grenoble 2.
- *L'objectivation d'une approche ethnométhodologique de la presse : l'exemple de l'autobiographie*, Audrey de Cégliè, Centre de recherche et d'analyse en information et communication, Institut d'études politiques, Montpellier.
- *Les formes de communication des secrétaires au Gabon : analyse socioanthropologique*, Marie Zoé Mfoumou, Centre de recherche sur les médiations, Université Paul Verlaine-Metz.

Atelier 2 : Le chercheur et le consultant

- *La difficile conciliation entre logique d'action et logique de recherche : l'exemple de l'ingénierie de formation*, Yanita Andonova, GRIPIC, CELSA.
- *Le système d'information sous un double regard : chercheurs et consultants*, Dominique Cotte, Laboratoire GERIICO, Université Lille 3.
- *La recherche et l'action : réflexions pour une articulation de ces deux « mondes »*, Jean-Antoine Corbalan, CERIC, Université Montpellier 3.
- *Interpénétration entre organisation des entreprises et consommation quotidienne : le cas d'une RA à France Telecom*, Bernard Floris, Université Grenoble 3.

26 janvier 2007

9h30 à 12h30

Atelier 1 : La construction du terrain et les processus communicationnels

- *La recherche action, instance communicationnelle et sociale du processus d'élaboration de la connaissance en action*, Alain Van Cuyck, ERSICOM, Université Lyon 3.
- *Appropriation et usage d'une plate-forme collaborative dans une coopération transfrontalière*, Pierre Morelli, Centre de recherche sur les médiations, Université Paul Verlaine-Metz.
- *Approcher un terrain : de la définition d'un observable à l'insertion participante*, Jean-Luc Bouillon, Michel Durampart, Brigitte Guyot et Valérie Lépine.
- *Stabilité du terrain et permanence des méthodes*, Benoît Cordelier, Université Bordeaux 3.

Atelier 2 : Méthodes et enjeux sociaux

- *La recherche action dans les travaux consacrés à la communication d'action et d'utilité sociétale : le cas de la communication engageante et de l'environnement*, Françoise Bernard, CREPCOM, Université de Provence.
- *Les « enquêtes commerciales », des données révélatrices de la communication organisationnelle ?* Christophe Peter, GEPECS, Université Paris 5.
- *Actes de langage et recherche action*, Gino Gramaccia, EPISTEME, Université Bordeaux 1.
- *Croisement des méthodes pour étudier des organisations hétérogènes*, Béatrice Jalenques-Vigouroux, Université Paris 4.

26 janvier 2007

14h-17h

Interventions et organisation

- *L'agencement de recherche en communication organisationnelle: une façon méthodique de mener une recherche action*, Béatrice Vacher, GERSIC, Université Aix Marseille 3.
- *Les figures de l'acteur chercheur. Du projet à l'agir communicationnel*, Elizabeth Gardère, Université Bordeaux 1
- *Recherches-actions de longue durée, la science au risque de l'organisation ?* Olivia Belin, CERIC, Université Montpellier 3 ; Laurent Morillon, LERASS, Université Toulouse 3.
- *L'essentiel en communication est-il mesurable ?* Véronique Richard, CELSA, Université Paris 4.
- *Entre allotria et provinces limitées de signification, les interrogations d'un chercheur intervenant dans les organisations. Essai d'épistémologie pratique*, Claude Nosal, Centre de recherche sur les médiations, Université de Haute Alsace.

FICHE D'IDENTIFICATION

DES CHERCHEURS EN COMMUNICATION ORGANISATIONNELLE

IDENTITE	
NOM Prénom	
Courriel	
Adresse postale	
Téléphone	
Portable	
Statut	

EQUIPE	
Laboratoire de rattachement	
Statut (CNRS, EA, JE, autre)	

FORMATION DISPENSEE		
1, 2, ou 3 cycle		
Thématique générale	En Information & Communication	En Communication & Organisation
Intitulé		
Autres		

TERRAINS D'ETUDES PRIVILEGIÉS	
Entreprises (publiques, privées, semi publiques)	
Administrations, Etat, collectivités locales	
Projet	
Autres	

TECHNIQUES D'INVESTIGATION	
Observation	
Questionnaires	
Documents	
Sources	
Autres	

MOTS CLES	
(Choisir 5 mots-clés parmi la liste + 2 ou 3 personnels supplémentaires le cas échéant. Cette liste ne préjuge pas de la scientificité des problématiques traitées, mais devrait permettre de tenter de mieux cerner les contours de la recherche en communication organisationnelle.)	
Action située	
Activité professionnelle	
Approche compréhensive	
Cognition distribuée	
Communication externe	
Communication interne	
Communication professionnelle	
Construction sociale	
Constructivisme	
Gestion symbolique	
Interaction	
Langage	
Modèle productif	
Outils techniques de communication	
Positiviste, réaliste	
Relations interpersonnelles	
Représentations sociales	
Théorie des organisations	
TIC	
Changement organisationnel	
Information	
Autres	

PUBLICATIONS JUGEES REPRESENTATIVES (3 ou 4 le cas échéant)